

Сборник материалов

III Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
«Конкуренция и монополия»

Кемерово, 15-16 октября 2020 г.



Федеральная
антимонопольная
служба



Институт
экономики
и управления



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Правительство Кемеровской области – Кузбасса

Кемеровское Управление
Федеральной антимонопольной службы России

Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

Сборник материалов
III Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 15-16 октября 2020 г.)

КЕМЕРОВО
2020

УДК 339.137.2
ББК 65.011.33

Конкуренция и монополия: сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 15-16 октября 2020 г.) / под общ. ред. Н. В. Кудреватых, В. Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2020. – 377 с.

ISBN 978-5-00137-182-3

В сборнике представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования.

Сборник предназначен для сотрудников академических институтов, преподавателей и студентов высших учебных заведений, специалистов органов государственной власти, предприятий реального сектора экономики, а также для всех заинтересованных лиц.

ISBN 978-5-00137-182-3

ББК 65.011.33
© Авторы, 2020
© КузГТУ, 2020



Уважаемые коллеги!

Перед Вами сборник докладов Третьей Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия».

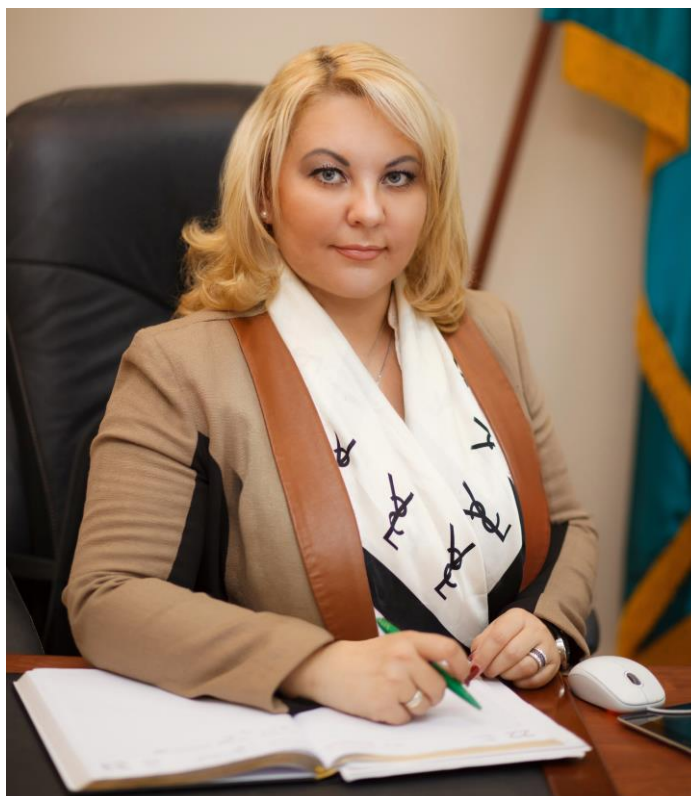
Организаторы конференции постарались охватить целый комплекс проблем, связанных с реализацией конкурентной, экономически выгодной политики государства и региона. Это нашло отражение в названиях секций – они посвящены таким важным вопросам, как изучение вызовов современного мира, связанных с конкуренцией и монополиями; регулирование финансовых рынков и финансовых институтов; выявление и нейтрализация проявлений недобросовестной конкуренции, а также теоретическим аспектам регулирования отраслевых рынков на современном этапе. Отдельного внимания заслуживает тематика круглого стола «Региональные особенности антимонопольного регулирования». Обсуждаемые в ходе него вопросы, несомненно, представляют интерес не только для представителей научно-педагогического сообщества, но и руководителей и специалистов государственных органов, а также предприятий реального сектора экономики.

Развитие антимонопольного регулирования имеет огромное значение в современных условиях внешних вызовов и угроз, связанных с пандемией и сложностями в поступательном социально-экономическом развитии региона.

Актуальность представленных научных разработок и интерес к данному мероприятию подтверждается широкой географией и составом участников – от студентов, выполняющих работы под руководством опытных наставников, до представителей высших уровней государственной власти. Такая преемственность поколений позволит воплотить лучшие исследования в реальную практику их использования.

Желаю всем участникам конференции успешной и плодотворной работы. Надеюсь, что ее результатом станут конкретные решения, которые позволят повысить уровень жизни наших граждан и благосостояние страны!

С уважением,
Заместитель Губернатора Кемеровской области
по экономическому развитию, к.т.н.
К. Г. Венгер



Уважаемые коллеги!

Рады представить вашему вниманию уже третий сборник докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и Монополия».

Ранее в сборниках большой акцент мы делали на вопросах реализации Национального плана развития конкуренции, утвержденного указом Президента Российской Федерации. Этот документ был утвержден три года назад и стал для всех антимонопольных органов ключевым актом – первым в нашей истории Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации. Его исполнение завершается в декабре 2020 года. Уже сейчас можно подвести первые итоги исполнения Нацплана: значительные изменения в сфере ЖКХ, здравоохранения, в сфере связи (отмена роуминга). Кроме того, успешной мерой стало принятие федерального закона № 485-ФЗ, который ввёл общий запрет на создание и деятельность унитарных предприятий на конкурентных рынках. Таким образом, эта тема вряд ли исчерпает себя. Вероятно, к ней мы будем возвращаться и в следующих своих работах.

Статус нашей конференции также растет от года к году, все больше специалистов в сфере конкурентного права со всей России готовы принимать участие в этом мероприятии, представляя свое видение региональных особенностей антимонопольного регулирования.

По традиции желаем всем авторам сборника продолжать исследования, тем самым способствуя совершенствованию антимонопольного регулирования, развитию конкуренции в нашем регионе и в стране!

С уважением,
руководитель Кемеровского УФАС России,
заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования КузГТУ,
к.э.н. Н. Е. Кухарская



Уважаемые участники III Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования «Конкуренция и монополия»!

Приветствую Вас от имени научно-педагогического коллектива Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф. Горбачева!

В непростом 2020 году проведение конференции совпадает с празднованием 300-летия образования Кемеровской области-Кузбасса и 70-летия рождения нашего университета.

Научно-практическая конференция направлена на решение актуальных фундаментальных и прикладных проблем, связанных с повышением конкурентоспособности не только в Кузбассе, но и в России в целом.

Функционирование и развитие эффективной государственной антимонопольной системы должно быть драйвером поступательного движения современной экономики, создавая у организаций и предприятий мотивацию к открытому и честному конкурентному противоборству.

Социально-экономическое развитие региона и государства требует подготовки высококвалифицированных кадров, обеспечивающих решение сложных задач в условиях быстро изменяющейся внешней среды.

Наш технический университет всегда являлся эффективной площадкой, объединяющей представителей научно-педагогического сообщества, государственных и муниципальных органов управления, а также бизнеса, что находит отражение в реализации образовательного процесса.

Желаю всем плодотворной и содержательной работы, установления новых формальных и неформальных коммуникаций и реализации Ваших идей на благо нашей страны и любимого Кузбасса!

С уважением, врио ректора КузГТУ, к.ф.-м.н., доц.
А.Н. Яковлев



Уважаемые участники нашей, уже третьей по счету, Всероссийской научно-практической конференции «Конкуренция и монополия», посвященной проблемам антимонопольного регулирования. В этом году проведение конференции совпало с юбилейными датами нашего вуза и Кемеровской области-Кузбасса, что для нас особенно приятно и очень важно!

На сегодняшний день решение проблемы нечестной конкуренции является краеугольным камнем поступательного движения вперед не только экономики региона и всей России!

В этом году география участников конференции расширилась в 2 раза по сравнению с прошлым годом – свои работы прислали ученые и исследователи из 19 городов – от Москвы и Санкт-Петербурга до Красноярска и Новосибирска! В количественном выражении – это составило почти 100 докладов – очень важная для нас тенденция, показывающая актуальность тематики проводимой конференции!

Поздравляю всех с началом конференции, желаю здоровья и плодотворной работы на благо нашей любимой страны!

С уважением, директор Института
экономики и управления, к.э.н., доц.

Н. В. Кудреватых

Исламов Дмитрий Викторович, к.т.н., доцент
(Депутат Государственной Думы Российской Федерации, г. Москва)
Королева Татьяна Геннадьевна, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой производственного менеджмента
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНЦИЯ НА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Топливо-энергетический комплекс в Российской Федерации является ведущей отраслью экономики и драйвером экономического развития, обеспечивающим безопасность и устойчивость национальной экономики. Кроме того, российская энергетика интегрирована в мировую энергетическую систему и занимает в ней лидирующее положение, оказывая существенное влияние на мировой энергетический баланс. Современное состояние мировой экономики, частые финансово-экономические кризисы, неблагоприятные прогнозы развития крупнейших экономик мира генерируют значительные риски развития российской энергетической отрасли. В то же время, развитие научно-технического прогресса, как в сфере генерации энергии, так и ее накоплении, вызывает необходимость разработки и применения новых механизмов развития отрасли. В данной ситуации проблема оценки и разработки механизмов повышения конкурентоспособности становится все более актуальной.

Анализ прогнозов развития мирового энергетического рынка позволяет сделать вывод, что в ближайшие двадцать лет твердое топливо будет обеспечивать около 25% мирового спроса на энергоресурсы. Основными потребителями угля, формирующими растущий спрос, по-прежнему, остаются развивающиеся страны АТР, в особенности Китай и Индия.

По оценкам экспертов комитета Государственной Думы РФ по энергетике, сегодня угольная генерация производит около 14% электроэнергии и около 20% тепла в России. Это позволяет делать вывод о её значимом положении в общем энергобалансе страны и системообразующем – в региональных энергобалансах, социально-экономическом положении населения и надежном тепло- и энергоснабжении – в Уральском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах. При этом в США доля угольной генерации 32%, в Китае к 2020 году будет составлять 67%, в Германии 44%, в Великобритании 30%, в Японии более 30%. Очевидно, что с точки зрения энергетической безопасности, опираясь на опыт ведущих мировых держав, Россия должна увеличивать долю угольной генерации в энергобалансе страны [1].

В тоже время, в общем объеме топлива, использованного электростанциями Российской Федерации для производства электрической и тепловой энергии, доля угля составляет 25,6%, а доля газа – 72,6%. Несмотря на невысокие показатели доли угля в суммарном потреблении топлива тепловыми электрическими станциями, стоит отметить, что в мировых

масштабах этот вид топлива продолжает доминировать при производстве электроэнергии.

Основным топливом российской энергосистемы является газ. В этот же период были созданы и основные мощности. В отличие от России энергосистемы большинства развитых стран, включая США и Германию, основаны на угольной генерации, иные, например, Япония и Великобритания, имеют сбалансированную структуру генерации, в которой не доминирует ни один вид топлива.

Топливо-энергетический дисбаланс, ценовой диспаритет искусственно снижают спрос и цену угля на внутреннем рынке, делают отрасль убыточной. Тяжелое состояние угольной отрасли влечет за собой и серьезные социальные последствия, поскольку ее предприятия, как правило, являются градо-, а иногда и регионообразующими. Кроме прочего, несбалансированная генерация несет потенциальные угрозы и энергетической безопасности. Для системной надежности энергосистемы иметь тотально доминирующую газовую генерацию рискованно.

Практически во всех последних версиях Энергетической стратегии России присутствует тезис если не о снижении, то хотя бы не об увеличении доли газа в энергобалансе. Но достичь целевых показателей, заложенных в эти документы, не удастся. Наоборот, доля газа растет: 20 лет назад она составляла 42%, сегодня – 52%.

Динамика ценового соотношения газ/уголь в 2018-2019 г. демонстрирует неконкурентоспособность угольной генерации по сравнению с газовой на ТЭС как в европейской части России, включая Урал, так и на Дальнем Востоке – значения ценового соотношения газ/уголь находятся вне зоны межтопливной конкуренции (меньше 2). При этом стоит отметить, что вследствие имеющегося государственного субсидирования цены сахалинского газа ценовое соотношение газ/уголь на ТЭС Дальнего Востока не отражает реальное, экономически обусловленное, соотношение цен на данные виды топлива.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности угольной генерации основным трендом должно стать развитие применяемых технологий, направленных на повышение эффективности функционирования по всей производственной цепочке от разведки и поиска угольных месторождений до переработки угля и генерации энергии [2]. Сегодня, ключевыми направлениям являются:

- технологии компьютерного многомерного моделирования для оценки структуры залегаемых запасов,
- прямые поиски угольных пластов комплексами наземной геофизики и атмогеохимии;
- технологии поточной добычи в непрерывном и циклических режимах;

- новые виды высокопроизводительного оборудования (проходческие комплексы, системы управления, электроприводы, горнотранспортные системы и т.д.);
- системы математического моделирования состояния выработок;
- системы дистанционного зондирования и мониторинга процесса разработки и состояния пластов;
- системы метано- и пылеудаления, предупреждения и защиты;
- повышение энергетической и экономической эффективности обогащения угля на промыслах;
- развитие углехимии и переработки по следующим ключевым направлениям: выделение органических компонентов углей, получение новых материалов (углепластики и пр.), производства высокомолекулярных углеводородов, прямое ожижение угля в жидкие углеводороды, газификация для получения синтез-газа.
- повышение эффективности использования энергии;
- изменение приоритетов при выборе источников энергообеспечения;
- изменение режимов энергопотребления, включая воздействие на пиковые показатели.

Согласно рекомендациям круглого стола Комитета Государственной Думы по энергетике на тему «О программе экологизации угольной генерации Российской Федерации», рационализация топливно-энергетического баланса должна осуществляться на основе долгосрочных стратегий (не только энергетической, которая в определенной степени вторична по отношению к другим стратегическим задачам). Оптимизация генеральной схемы размещения объектов электроэнергетики должна осуществляться по результатам детального моделирования, включая стресс-тесты, связанные с обеспечением устойчивости экономики и поселений в чрезвычайных ситуациях (военных действий, природных, техногенных катастроф). Одним из способов развития межтопливной конкуренции может считаться биржевая торговля энергетическими ресурсами и электроэнергией (может быть и тепловой энергией) на единых торговых площадках с приведением торгуемых продуктов к единым энергетическим единицам [1].

Список литературы

1. Рекомендации круглого стола на тему «О программе экологизации угольной генерации Российской Федерации» 9 июня 2017 года. Утверждены Решением Комитета ГД №3.25-5/35 от 21.07.2017 г. Режим доступа: <http://komitet2-13.km.duma.gov.ru/Rabota/Rekomendacii-po-itogam-meropriyatij/item/6278254/>
2. Прогноз развития энергетики мира и России 2019 / под ред. А.А. Макарова, Т.А. Митровой, В.А. Кулагина; ИНЭИ РАН–Московская школа управления СКОЛКОВО – Москва, 2019. – 210 с. - ISBN 978-5-91438-028-8

Кухарская Наталья Евгеньевна, к.э.н., руководитель Кемеровского УФАС
России, заведующая кафедрой конкуренции
и антимонопольного регулирования ИЭиУ КузГТУ
Дрешер Анна Константиновна, старший преподаватель кафедры
конкуренции и антимонопольного регулирования ИЭиУ КузГТУ
(г. Кемерово)

ОГРАНИЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ТОРГОВ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В КЕМЕРОВЕ И КЕМЕРОВСКОМ РАЙОНЕ

Еще с 2013 года со вступления в силу изменений в Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (№ 1 в списке литературы к докладу), которые ввели часть 5.8 в статью 19, дающую органам власти право утверждать схему размещения рекламных конструкций, внешний облик городов и районов значительно изменился. Тогда органы местного самоуправления пересмотрели схемы размещения баннеров и растяжек, значительно сократив их (особенно в центральных районах городских округов). Многие договоры на установку рекламных конструкций в то время прекратили свое действие, новые необходимо уже заключать на основании проведения конкурентных процедур (конкурса, аукциона), согласно части 5.1 вышеуказанного закона.

Необходимость применения такого конкурентного способа определения лица, с которым будет заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на территории муниципального образования, легко объяснить: это обеспечивает развитие и поддержание достигнутого уровня конкуренции на местном региональном уровне, а также способствует экономическому развитию муниципального образования.

В 2020 году Кемеровское УФАС России рассмотрело несколько жалоб лиц, которые пытались оспорить действия органов местного самоуправления при проведении открытых конкурсов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций. Эти случаи были интересны тем, какие ошибки совершали уполномоченные лица при объявлении конкурсов или объединении лотов. Кемеровское УФАС России, рассмотрев жалобы, установило факт ограничения конкуренции.

В начале июля 2020 года Кемеровское УФАС России рассматривало жалобу физического лица на действия организатора конкурса – управления городского развития администрации города Кемерово при проведении открытого конкурса на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Кемерово. Речь шла о 12 щитовых конструкциях с электронно-цифровым типом смены изображения (извещение № 1/20 на сайте www.pravo-kemerovo.ru). Срок действия договора, согласно извещению, соответствовал установленному законодательством – 5 лет. Началь-

ная цена составляла 1 084 800,00 руб. Однако на участие в конкурсе не было подано ни одной заявки, и он был признан несостоявшимся.

Заявитель посчитал, что извещение о проведении конкурса и документация включали в себя излишние требования к предмету торгов, устанавливали непрозрачные и невыполнимые критерии оценки предложений участников, создающие неравные условия.

Действующее законодательство о рекламе не содержит ограничений по порядку формирования или величине лотов, выставляемых на такие торги, а значит орган власти и управления муниципального образования вправе утвердить собственный порядок. При этом такой порядок формирования лотов должен носить недискриминационный характер, предусматривать возможность установки в нескольких местах различных типов и видов рекламных конструкций, учитывая различия формирования цены договоров, в том числе различие стоимости размещения рекламных конструкций по их территориальному размещению, типу, виду рекламных конструкций, может учитывать технологические особенности и средство установки и эксплуатации рекламных конструкций, иные параметры, способствующие развитию конкуренции и рыночных отношений в сфере наружной рекламы, снижению избыточной финансовой нагрузки на бизнес, а также созданию равных условий для осуществления хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности в сфере наружной рекламы на территории региона, в котором проводятся торги.

Рассматривая жалобу, специалисты управления обратили внимания на тот факт, что щитовые конструкции с электронно-цифровой сменой изображения предполагают проведение дополнительных мероприятий по технологическому подключению к электрическим сетям. На основании пункта 6 Правил технологического присоединения к электросетям (№ 3 в списке литературы к докладу) технологическое присоединение осуществляется по обязательному договору между сетевой организацией и юридическим или физическим лицом в определенные сроки. Общий срок выполнения мероприятий сетевой организацией по подключению в зависимости от максимальной мощности энергопринимающих устройств может составлять от 15 дней до 2-х лет. Таким образом, победитель конкурса не сможет выполнить обязанность по установке рекламных конструкций в течение двух месяцев после получения разрешения на установку, как того требует пункт 4.2.1 проекта договора.

Особое внимание специалисты обратили и на саму схему размещения: 12 мест для установки рекламных конструкций, о которых шла речь в жалобе, расположены в разных районах города Кемерово. Это обстоятельство потребовало дополнительной оценки, в связи с чем будет рассмотрено в порядке, установленном главой 9 Федерального закона № 135-ФЗ (№ 2 в списке литературы к докладу), то есть на признаки нарушения антимонопольного законодательства.

Таким образом, принимая во внимание эти и другие доводы, комиссия Кемеровского УФАС России признала жалобу обоснованной, однако учитывая признание конкурса несостоявшимся и то, что договор сторонами не подписан, не нашла оснований для выдачи предписания.

Практически аналогичная жалоба была рассмотрена 18 августа 2020 года. Целью проведения конкурса (извещение № 2/20 от 06.07.2020), который пыталось оспорить физическое лицо, как и в первом случае было выявление лиц, способных на наиболее выгодных для города условиях разместить рекламные конструкции надлежащего качества в соответствии с утвержденной схемой размещения. И снова в ходе рассмотрения жалобы встал вопрос о том, что заказчик при проведении торгов должен создать равные условия между всеми участниками конкурентных процедур. Принцип равноправия по отношению к участникам закупки заключается в обращении к заказчику требовании обеспечить равные права и возможности для всех участников закупки (равный доступ к информации, равные условия исполнения контракта и т.д.), равное отношение к ним на всех стадиях процедуры закупки. Недопустимо применять избирательный подход к тем или иным участникам. В решении, которое вынесло управление по итогу рассмотрения, жалоба признана обоснованной. В действиях организатора конкурса установили факт нарушения части 1 статьи 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

21 августа комиссия Кемеровского УФАС России вынесла решение о признании обоснованной жалобы физического лица на действия организатора торгов – муниципального казенного учреждения «Служба единого заказчика Кемеровского муниципального округа» при проведении торгов по продаже права на установку и эксплуатацию рекламных конструкций (извещение № 150720/1444194/01, размещено на сайте www.torgi.gov.ru). На этот раз территориально речь шла о размещении в Кемеровском районе более 40 технически сложных рекламных конструкций, объединенных в один лот. Такое сложное техническое задание, предполагающее крупные финансовые затраты, установило барьер для участия в конкурсе малого предпринимательства. Свидетельством того, что объединение в один лот большого количества рекламных конструкций может привести к сокращению числа потенциальных участников аукциона, может служить тот факт, что на конкурс не было подано ни одной заявки.

Один из важных моментов: при рассмотрении всех трех жалоб комиссия обратила внимание на использование в проектах договоров всех трех конкурсов понятия «социально значимая реклама». При этом такой термин в Законе о рекламе отсутствует, а также отсутствует в иных нормативных правовых актах Российской Федерации. Таким образом, использование в проекте договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций понятия «социально значимая реклама» не соответствует требованиям законодательства и может привести к возникновению разногласий,

к недопониманию между сторонами договора в части размещения рекламы, в т.ч. социальной.

Принимая во внимание, что Кемеровское УФАС России призвано защищать конкуренцию на территории региона, а также то, что поддержка малого предпринимательства и местного бизнеса – один из приоритетов деятельности органов власти различного уровня, управление считает необходимым и в дальнейшем обращать внимание заказчиков и организаторов конкурсов на размещение рекламных конструкций в муниципальных образованиях на необходимость более четко прорабатывать структуру технического задания, исключая возможность ограничения конкуренции в части включения большого количества объектов в один лот, в части сокращения сроков выполнения работ, учитывая сложность и сроки технологического присоединения к электросетям (в случае требования об установлении конструкции с электронно-цифровым типом смены изображения); ограничить использование понятия «социально-значимая реклама», отсутствующего в действующем законодательстве.

Список литературы

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»/ СПС КонсультантПлюс.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (в ред. от 03.07.2016) «О защите конкуренции»/ СПС КонсультантПлюс.
3. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 № 861 (ред. от 29.06.2020) «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2020)/ СПС КонсультантПлюс.
4. Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области от 15 июля 2020 г. по делу № 042/10/18.1-1018/2020// <https://br.fas.gov.ru/cases/3c736d58-b0f3-4c5c-8d49-37250282db6d/>.
5. Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области от 18 августа 2020 г. по делу № 042/10/18.1-1198/2020// <https://br.fas.gov.ru/cases/6cb27732-110c-477e-be0f-22b5ba5d841e/>.
Решение Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области от 21 августа 2020 г. по делу № 042/10/18.1-1323/2020// <https://br.fas.gov.ru/cases/21fb332b-875b-4a83-8478-42594cf32f7a/>

Середюк Илья Владимирович
(Глава города Кемерово, г. Кемерово)
Королева Татьяна Геннадьевна, к.э.н., доцент,
заведующий кафедрой производственного менеджмента
(КузГТУ, г. Кемерово)

ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОРОДОВ

Одним из ключевых трендов развития городов в настоящее время является трансформация городской среды и связанная с этим, усиливающаяся дифференциация территорий по качеству городской среды, в том числе социальной, производственной транспортной инфраструктуры.

Возрастающая цифровизация всех аспектов жизнедеятельности человека, усиливающаяся мобильность всех видов факторов производства снижает роль географического фактора и приводит к возрастанию межгородской конкуренции за ресурсы развития городской среды как на стадии их привлечения, так и на этапе эффективного использования. Таким образом, усиливается актуальность управления городской средой с целью повышения конкурентоспособности городов.

В данном исследовании городская среда определена как совокупность конкретных основополагающих условий, созданных человеком и природой в границах населенного пункта, которые оказывают влияние на уровень и качество жизнедеятельности человека. Исходя из данного определения, целесообразно рассматривать понятие качества городской среды как совокупности характеристик, определяющих доступность, полноту, своевременность и пригодность факторов и условий человеческой деятельности, а также возможностей эту деятельность осуществлять.

Проблемы определения сущности конкуренции применительно к городским образованиям поднимали в своих работах российские и зарубежные ученые. Так, И. Бегг определяет конкуренцию как процесс повышения привлекательности города для размещения различных видов деятельности [1], Л. Бадд рассматривает внутригородскую конкуренцию, определяя ее как соперничество существующих на территории субъектов за ресурсы [2]. М. Портер определяет конкуренцию как стимул к развитию производительности труда на территории и обеспечению на этой основе лидирующего положения [3].

Анализ городской среды позволил выделить следующие факторы межгородской конкуренции:

- дефицит (ограниченность) ресурсов развития городской среды,
- монозависимость городов, низкий уровень дифференциации видов экономической деятельности,
- мобильность населения, факторов производства и ресурсов,

- дифференциация условий осуществления предпринимательской деятельности.

Опираясь на классическое определение конкуренции как борьбы за достижение преимуществ и с учетом факторов конкуренции, нами определено понятие конкуренции городов как процесса повышения качества городской среды, обеспечивающей максимально возможную реализацию потребностей населения, экономических субъектов, инвесторов и контрагентов.

Кроме того, авторами выявлены характерные тенденции, присущие большинству промышленных центров, которые также выступают факторами конкуренции:

- рост спроса на рынке труда, особенно на высококвалифицированную рабочую силу;

- усложнение профессиональной и социально-культурной структуры населения;

- развитие агломерационных процессов.

Таким образом, неизбежен рост конкуренции городов, особенно в части борьбы за человеческий капитал и инвестиции.

Анализ демографических и миграционных процессов в городе Кемерово свидетельствует о снижении доли трудоспособного населения несмотря на достаточно стабильную численность населения на протяжении 10 лет. Начиная с 2013 года и по настоящее время прирост населения составил около 4%, однако экономическая структура населения ухудшается с каждым годом. Исходя из данной ситуации, трансформация городской среды должна быть направлена именно на повышение ее конкурентоспособности для трудоспособного населения, что автоматически приводит к необходимости создания привлекательного климата для инвесторов. В частности, ключевыми факторами повышения конкурентоспособности города являются:

1.Повышение открытости города, то есть повышение достоверности и доступности информации о состоянии и процессах, происходящих в городе, а также снижение административных, организационных и правовых ограничений на вход в городское экономическое пространство.

2.Создание эффективной социально-экономической инфраструктуры, рост количества и качества предлагаемых городских услуг, развитие городского пространства и расширение городских функций.

3.Институциональная гибкость, развитие общественно-частного партнерства

4.Повышение качества жизни населения

Таким образом, трансформация городской среды должна осуществляться по следующим направлениям:

- применение современных инновационных технологий в городском освещении, в обеспечение безопасности дорожного движения, имущественной безопасности граждан;

- формирование мультidosуговых общественных пространств, с учетом молодежных субкультур, использованием развивающих образовательных технологий;
- экологизация общественных пространств, использование возможностей вертикального озеленения, трансформация городского ландшафта с включением имеющихся в городе естественных водных ресурсов;
- модернизация дорожной сети и регулирование автомобильного трафика с использованием современных технологий «умного города»;
- вовлечение граждан в формирование требований к городской среде посредством опросов в социальных сетях,
- разработка индикаторов качества городской среды и критериев оценки созданных в городе условий для осуществления всех видов человеческой деятельности.

Для оценки эффективности предлагаемых мер необходимы следующие экономические механизмы их реализации:

- постоянный мониторинг потребностей человека в условиях стремительного изменения технологий и условий жизнедеятельности;
- увязка методики оценки качества городской среды с оценкой условий реализации человеком своих потребностей;
- трансформация городской среды должна быть частью стратегической программы социально-экономического развития города.

Список литературы

1. Begg I. Cities and competitiveness // *Urban Studies*. – 1999. – Vol. 36. – pp. 795-809.
2. Budd L. Territorial Competition and Globalization: Scylla and Charybdis of European Cities // *Urban Studies*. – 1998. – Vol. 35. – Pp. 663-685.
3. Портер М.Э. Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003.

Абрамова Е.В., аспирант гр. Маз-191
Голофастова Наталья Николаевна, к.э.н., доцент,
профессор кафедры производственного менеджмента
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИНДУСТРИЯ 4.0 В РАЗВИТИИ ГРУЗОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА РОССИИ

В массовое употребление термин «Индустрия 4.0» ввел президент Всемирного экономического форума в Давосе Клаус Шваб. С 2016 года этот термин стал синонимом Четвертой промышленной революции.

Особенностью Индустрии 4.0, в отличие от предыдущих трех промышленных революций, которые протекали линейно, с поступательным сокращением сроков их жизненного цикла, стало развитие по экспоненте.

Новая парадигма может открыть большие возможности для повышения эффективности промышленного производства.

В современном мире транспортные услуги обеспечивают повышение эффективности общественного производства, нормальное функционирование экономики. Они создают условия для рационального распределения по территории страны производственных сил, учитывая самое целесообразное приближение к районам потребления продукции и источникам сырья предприятий разных отраслей экономики, что позволяет развиваться таким отраслям как сельское хозяйство, торговля и остальным.

Грузовой железнодорожный комплекс является стратегической отраслью экономики России, поскольку обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, своевременный подвоз жизненно важных грузов в отдаленные регионы страны, кроме того, железнодорожный транспорт – это и военная безопасность России.

В начале 21 века по протяженности железнодорожных путей Россия занимала 2-е место в мире и 1-е место в Европе. Преимущества железнодорожного транспорта по сравнению с другими его видами неоспоримы. Среди них:

- относительно низкая себестоимость при перевозках массовых грузов на большие расстояния;
- высокая провозная способность железных дорог;
- регулярность и стабильность перевозок независимо от времени года, времени суток и погодных условий;
- возможность создания прямых связей между крупными добывающими и промышленными предприятиями по железнодорожным подъездным путям;
- высокая удельная грузоподъемность.

Вместе с тем, за более, чем сто лет функционирования железнодорожного транспорта в России накопилось значительное количество проблем, сдерживающее рост его эффективности. Например:

- низкие скорости движения грузовых поездов, что обусловлено техническими характеристиками и изношенностью железнодорожных путей и подвижного состава;
- исторически сложившиеся тихоходные графики движения поездов;
- отсутствие приоритетной ориентации на использование транзитного потенциала и др.

Однако, сырьевой потенциал России смещается на север и в восточном направлении (Кузбасс, Красноярский Край, Тыва, Хакассия), что требует строительства новых железнодорожных путей сообщения и транспортной инфраструктуры и это является хорошей основой для того, чтобы использовать новые технико-технологические возможности, открывающиеся Индустрией 4.0.

Именно поэтому тема инноваций в транспортной сфере так актуальна сегодня.

Геополитическое положение России и размещение производительных сил по территории страны делают инновации в сфере транспорта одной из приоритетных задач как для государства в целом, так и для коммерческих транспортно - логистических компаний, в частности. Внедрением новейших технологий в области грузового железнодорожного транспорта можно решить проблемы, накопившиеся за 100 – летнюю историю. В современных условиях железнодорожный транспорт является основой транспортной системы Российской Федерации, одним из определяющих функциональных факторов повышения темпов экономического роста.

Беспилотные транспортные системы. Общепринятым является мнение, что человеческий фактор считается самым ненадежным и опасным фактором в управлении транспортными средствами. Это связано с особенностями психики человека, который не всегда адекватно реагирует на нестандартную ситуацию при участии транспортных средств в транспортном процессе, несвоевременной реакцией, не способностью быстро принимать решения. Эта концепция была высказана Илоном Маском в 2015 году, как и то, что доверять человеку управление механизмом, способным привести к смертям, недопустимо. Поэтому концепция беспилотного вождения имеет популярное значение и усиленно реализуется пока в автомобильном транспорте и летательных аппаратах. Помимо того, что такой тип управления считается более безопасным, автоматическая система управления способна заранее просчитать наиболее выгодный режим движения, при котором сократится расход топлива. Самую большую выгоду от такого внедрения планируют получить компании, которые занимаются не пассажирскими, а грузовыми перевозками. Пока что в приоритете находятся гибриды, дающие возможность автоматического и ручного управления.

В отрасли грузовых перевозок монополистом является ОАО «РЖД», на которое ложится основная нагрузка, связанная с внедрением современных технологий. Холдинг разработал ряд стратегических документов ин-

новационного развития, в частности, Комплексную программу инновационного развития холдинга «РЖД» на период до 2025 года (КПИР-2025) [3].

Целью разработки и реализации КПИР-2025 является повышение конкурентоспособности Холдинга на глобальном рынке транспортных и логистических услуг за счет повышения уровня удовлетворенности потребителей сервисов посредством внедрения и тиражирования передовых результатов научно-технической и инновационной деятельности.

Основными направлениями инновационного развития Холдинга являются:

- ✓ Создание и внедрение динамических систем управления перевозочным процессом с использованием искусственного интеллекта;
- ✓ Внедрение инновационных систем автоматизации и механизации станционных процессов («интеллектуальная станция»);
- ✓ Разработка и внедрение перспективных технических средств и технологий инфраструктуры путевого комплекса, железнодорожной автоматики и телемеханики, электрификации и электроснабжения, инновационных информационных и телекоммуникационных технологий;
- ✓ Установление требований для создания и внедрения инновационного подвижного состава;
- ✓ Разработка и внедрение технических средств и технологий для развития скоростного и высокоскоростного движения;
- ✓ Повышение энергетической эффективности производственной деятельности;

По словам директора по информационным технологиям ОАО «РЖД» Евгения Чаркина идет активная работа в рамках программы «Цифровая экономика», ОАО «РЖД» стал соучредителем ассоциации «Цифровой транспорт и логистика» [4].

Приведем несколько примеров инноваций ОАО «РЖД».

Тяговый подвижной состав с использованием в качестве моторного топлива сжиженного природного газа

Опытный образец магистрального двухсекционного газотурбовоза ГТ1h-001 с силовой установкой мощностью 8300 кВт, работающей на сжиженном природном газе, изготовлен ОАО «Кузнецов» (г. Самара) с участием АО «ВНИКТИ». В процессе опытной эксплуатации газотурбовоза на нем был внедрен ряд технических решений, которые позволили снизить расход газа на холостом ходу на 25% и сократить время запуска турбины с 40 до 6 минут. По сравнению с грузовыми тепловозами достигнуто снижение на 30% расходов на перевозку 1 т груза, экономия на 56% текущих расходов на топливо, снижение стоимости жизненного цикла на 20%.

Изготовлен опытный образец маневрового газотепловоза ТЭМ19-001 с газопоршневым двигателем мощностью 880 кВт производства АО «Волжский дизель им. Маминых» (г. Балаково), работающим только на сжиженном природном газе. Тепловоз прошел все виды испытаний (в т.ч. приемочные и сертификационные). Получен сертификат соответствия.

Тепловоз предназначен для эксплуатации на крупных железнодорожных узлах для снижения экологической нагрузки в крупных городах.

Экономия затрат стоимости жизненного цикла у ГТ1h и ТЭМ19 составляет соответственно 19,4% и 5,7%, экономия затрат на топливо – 34,9% и 26,5%, доля импортных комплектующих в стоимости локомотива – 5,7% и 7,8%.

Снижение экологической нагрузки на окружающую среду для газотурбовоза ГТ1h и маневрового газотепловоза ТЭМ19 в 6,8 и 10,4 раза (соответственно) [5].

Аппаратно-программный комплекс управления перевозочным процессом на больших полигонах на основе интеллектуальных систем, реализующих среднесрочный и оперативный расчет энергосберегающих графиков движения пассажирских и грузовых поездов и оперативную увязку технологических процессов обеспечения графика

Целью автоматизированного управления поездной работой на полигоне железных дорог с использованием систем АПК «Эльбрус» и АСУ «Полигон» является повышение эффективности перевозочного процесса за счет организации движения грузовых поездов на полигоне железных дорог по твердым энергооптимальным ниткам графика, что обеспечивается с учетом решения следующих задач:

- формирование сквозных графиков движения поездов на полигоне с уходом от понятия «междорожный стык»;
- сокращение расходов ТЭР на тягу поездов с энергооптимизацией графика;
- автоматизированное формирование суточного вариантного графика, учитывающего влияние всего комплекса факторов перевозочного процесса;
- реализация технологии автоматической передачи расписаний грузовых поездов и энергооптимальных режимов на борт локомотива;
- формирование системы эксплуатационных показателей для полигона управления;
- организация системы контроля за выполнением графика по участкам и техническим станциям;
- создание системы динамического перестроения графика движения поездов с учетом складывающейся поездной обстановки на полигоне.

Внедрение автоматизированного управления поездной работой осуществлено на полигонах Кузбасс – Северо-Запад Кузбасс – Дальний Восток протяженностью 10,5 тыс. км. На 734 млн кВт/ч на сумму более 2,1 млрд руб. снижен расход электроэнергии в 2016 г. на полигонах внедрения открытие доступа к инфраструктуре железных дорог [5].

На сегодняшний день ОАО «РЖД» является единственным поставщиком услуг, связанных с перемещением грузов и пассажиров по территории Российской Федерации с помощью железных дорог. Но уже с 2015 го-

да правительство планирует начать кардинальные изменения, разрешив другим логистическим компаниям также предлагать свои услуги в этом сегменте рынка. Это позволит, по мнению разработчиков проекта, значительно улучшить качество услуг и вывести их на международный уровень.

Таким образом, инновационные технологии в сфере транспорта – это актуальная проблема, требующая внимательного отношения и со стороны ведущих фирм-перевозчиков, и со стороны государства. Своевременное внедрение последних достижений науки в этой области позволит России добиться значительных успехов в области логистики.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.06.2008 № № 877-р «О Стратегии развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года». Дата официального опубликования: 30.03.2011
2. Распоряжение Правительства РФ от 19 марта 2019 г. № 466-р «Долгосрочная программа развития открытого акционерного общества «Российские железные дороги» до 2025 года».
3. Комплексная программа инновационного развития холдинга «РЖД» на период до 2025 года (КПИР-2025). Утверждена Советом директоров 26.02.2020 г.
4. Официальный сайт ОАО «РЖД» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://old.press.rzd.ru/news/public/ru?STRUCTURE_ID=654&layer_id=4069&refererLayerId=5176&refererVpId=1&refererPageId=886&id=95104
5. Официальный сайт ОАО «РЖД». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://old.www.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=666&layerid=3290&refererLayerId=162&id=4080#1

Алалыкина Надежда Валерьевна

Научный руководитель – Вагина Нина Дмитриевна, к.э.н., доцент,
доцент кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ – ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Успех экономических изменений, осуществляемых в стране, во многом зависит от эффективности функционирования субъектов хозяйствования, осуществляющих свою деятельность в условиях внешней и внутренней динамично меняющейся. Таким образом, система управления должна быстро реагировать на любые изменения и эффективно использовать потенциал предприятия. Этот вопрос особенно актуален для российских компаний, которые имеют нехватку ресурсов - материальных, финансовых и информационных. Если запланированная экономика основным направ-

лением роста является накопление ресурсов, в рыночной экономике эта задача была решена увеличением полезности ресурсов. Это диктует необходимость того, чтобы предприятия адекватно оценивали свой потенциал и искали новые способы его эффективного использования.

В научной литературе возможности эффективного потенциала организации все больше определяются термином «деловая активность», который включает меры, позволяющие организациям мобилизовать свой потенциал для повышения конкурентоспособности и экономического роста.

Управление бизнесом включает в себя не только адаптацию предприятия к факторам изменения внешней среды, но и ее влияние, активное в рыночной среде путем мобилизации и умелого использования их экономического потенциала и повышения эффективности управления.

Большинство авторов рассматривают только отдельные аспекты деловой активности предприятия (маркетинг, производство, инвестиции и др.). Поэтому роль деловой активности как фактора, гарантирующего развитие и экономический рост предприятия, с позиции системного подхода не раскрыта [1, С. 152].

Деятельность предприятия тесно связана с другими важными функциями в коммерческой организации. Прежде всего, речь идет о влиянии деловой активности на инвестиционную привлекательность, финансовую стабильность и кредитоспособность. Высокий уровень деловой активности предприятия мотивирует потенциальных инвесторов проводить операции с активами этой компании, вложениями. Также и коммерческие банки хотят обслуживать предприятия с высокими ставками деловой активности, поскольку они могут эффективно погашать свои текущие и перспективные обязательства. Поэтому, деловая деятельность является еще одним из условий платежеспособности предприятия. В целом, результатом увеличения деловой активности является укрепление финансовой устойчивости предприятия. Динамическое развитие, генерирование доходов, положительная динамика производительности являются основными факторами способности предприятия выполнять свои основные функции в постоянно изменяющейся внутренней и внешней среде.

Существует несколько подходов к концепции «деловая активность предприятия». Например, В. В. Ковалев определяет деловую активность в широком смысле как полный спектр усилий, продвижение компании на рынках продуктов, труда, капитала. В контексте анализа деятельности, финансово-экономический термин понимается им в узком смысле, как текущее производство и ведение бизнеса предприятия. В то же время предприятия являются еще и коммерческими структурами, которые проявляются в динамике своего развития, достижении поставленных целей, в эффективном использовании своего экономического потенциала, расширении рынка своей продукции [2, С. 218].

Л.В. Донцова и Н.А. Никифорова отмечают, что деловая активность в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота средств [3, С. 238].

Некоторые авторы заменяют сущность деловой активности показателями ее характеризующими. Так, О. В. Ефимова и М. В. Мельник в качестве анализа деловой активности иллюстрируют операционный цикл хозяйствующего субъекта [4, С. 283].

В зарубежной экономической литературе смысл, вкладываемый в термин «деловая активность», достаточно сложно интерпретировать. Это связано с тем, что английское словосочетание «business activity» можно перевести и как, непосредственно, деловая активность, и как текущая производственно-коммерческая деятельность. Это предопределяет некую путаность и возможное отождествление понятий вследствие неточного перевода. Например, Э. Хелферт под деловой активностью подразумевает, насколько эффективно менеджеры используют активы, доверенные им собственниками. Очевидно, что данные характеристики относятся именно к деловой активности, а не только к текущей деятельности организации [5, С. 281].

Деловая деятельность предприятия очень чувствительна к изменениям и колебаниям различных факторов и условий. Основополагающее влияние на деловую активность хозяйствующих субъектов оказывают макроэкономические факторы, под воздействием которых может формироваться либо благоприятный «предпринимательский климат», стимулирующий условия для активного поведения хозяйствующего субъекта, либо наоборот - предпосылки к свертыванию и затуханию деловой активности. Достаточно высокую значимость имеют также и факторы внутреннего характера, в принципе подконтрольные руководству организаций. Кроме того, уровень и тип деловой активности зависят, в конечном счете, от структуры капитала, платежеспособности, ликвидности предприятия [6, С. 139].

Основными критериями качественной и количественной оценки деловой активности предприятия являются: широта рынка продукции, в том числе наличие запасов для экспорта, репутация предприятия, степень плана основных показателей экономической деятельности, обеспечение темпов роста, определение уровня эффективности ресурса (капитала), устойчивость экономического роста предприятия.

Экономическую активность предприятия можно охарактеризовать различными показателями, наиболее важными из которых являются объем продаж продукции (работ, услуг), прибыль, стоимость активов компании (уставный капитал).

Оценивая динамику основных показателей, необходимо сравнить скорость их изменения. Считается, что прибыль должна увеличиваться с более высокой скоростью, чем продажи продукции, что представляет собой снижение относительных издержек производства и затрат на реализацию. Также и оборот должен иметь более высокую скорость, чем активы

(капитал) компании, что означает, что ресурсы предприятия используются более эффективно [7, С. 209].

В целом, можно отметить, что анализ деловой активности заключается в изучении уровней и динамики различных финансовых коэффициентов - показателей оборачиваемости. Они очень важны для предприятия:

- во-первых, сумма годового оборота зависит от скорости финансирования;

- во-вторых, с величиной оборачиваемости связана относительная величина условно-постоянных расходов - чем быстрее оборот, тем меньше в каждом обороте учитываются эти затраты;

- в-третьих, ускорение продаж на любой стадии кругооборота средств влечет за собой ускорение оборота и на других стадиях. Финансовое положение организации, ее платежеспособность зависит от того, как быстро средства, вложенные в активы, преобразуются в реальные деньги.

Оборачиваемость оборотных средств имеет важное значение для оценки финансового потенциала предприятия, при котором скорость оборачиваемости денежных средств оказывает непосредственное влияние на уровень платежеспособности предприятия, а увеличение скорости оборачиваемости денежных средств отражает, при различных эквивалентных условиях, увеличение производственного потенциала организации.

Таким образом, основная цель анализа деловой активности предприятия заключается не только в оценке его финансового состояния, но и в том, чтобы выявить факторы, повышающие его конкурентоспособность на рынке.

Список литературы

1. Васильева С.Ю. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие для вузов. – Москва: Дело, 2017. – 762 с.
2. Ковалев В.В. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов. – Москва: Проспект, 2013. – 352 с.
3. Донцова Л.В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности. – Москва: Дело, 2012. – 368 с.
4. Савицкая Г.В. Анализ финансовой деятельности предприятия: учебник. – Москва: Инфра-М, 2017. – 432 с.
5. Шеремет А.Д., Сайфулин Р. С. Финансы предприятий: учебное пособие / А.Д. Шеремет Р.С. Сайфулин. – Москва: Инфра-М, 2016. – 342 с.
6. Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. - Москва: ИКЦ «Дис», 2008. – 424 с.
7. Черниговский С.А., Таркушина А. Б. Основы финансового анализа. – Санкт-Петербург: Питер, 2017. – 276 с.

Алимова Елизавета Алексеевна, студент гр. ЭКФ-Тр-41
Научный руководитель – Сизенева Лидия Александровна, к.э.н., доцент
(Волгоградский ГАУ, г. Волгоград)

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СВЕТЛОЯРСКОГО РАЙОНА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Под конкуренцией понимается соперничество на каком-либо рынке между отдельными юридическими или физическими лицами, заинтересованными в достижении той или иной цели. Зная сильные и слабые стороны конкурентов, можно оценить их потенциал, цели, настоящую и будущую стратегии.

Для предпринимательской деятельности в сфере гостиничных услуг характерна высокая степень конкуренции. Рынок гостиничных услуг в большинстве регионов РФ относится к рынку монополистической конкуренции - когда множество предприятий, обладающие некоторой рыночной властью, предлагают дифференцированный гостиничный продукт, отличающийся по характеристикам друг от друга, и конкурируют за объём продаж.

Анализ конкурентов позволяет:

- оценивать их потенциал, цели, текущую и будущую стратегии;
- вырабатывать стратегию максимально возможной нейтрализации сильных сторон конкурентов;
- своевременно обеспечивать информацией о конкурентах сотрудников предприятия и тем самым мотивировать их деятельность;
- повышать конкурентоспособность и эффективность предприятия в целом;
- полнее и тщательнее оценивать перспективы рыночного успеха, зная о деятельности конкурентов;
- совершенствовать систему обучения и повышения квалификации персонала.

В Волгоградской области в настоящее время насчитывается более 300 гостиничных предприятий, из которых более 100 предприятий индустрии гостеприимства расположены в областном центре, а остальные – в районах области.

Согласно данным портала komandirovka.ru, в р.п. Светлый Яр имеются всего 4 предприятия индустрии гостеприимства. Это:

- гостиничный комплекс «Излучина» (на ряде Интернет-ресурсов он позиционируется как гостевой дом);
- мотель «Рубеж»;
- база отдыха «Русский дух»;
- база отдыха «Усадьба в лесу».

Излучина – гостиничный комплекс, расположенный в центре поселка Светлый Яр в 20 минутах езды от Красноармейского района города Волгограда по адресу ул. Мелиоративная, 5. Гостиница идеально подходит для тихого, комфортабельного и спокойного отдыха за городом

Гостиница была построена в 1997 году и уже на протяжении 15 лет подтверждает свой статус отличной гостиницы с качественным сервисом и доброжелательными сотрудниками. В 2013 году гостиничный комплекс был полностью реконструирован и преобразился в современный комплекс нового стандарта качества и сервиса. В гостинице помимо комфортабельных номеров, можно посетить ресторан, бар, бассейн и сауну.

Мотель «Рубеж», в котором возможно размещение с домашними животными, предлагает своим гостям 22 номера различной ценовой категории, террасу, сауну, ресторан и бесплатную частную парковку на территории. Все номера мотеля оснащены телевизором с плоским экраном. Стойка регистрации работает круглосуточно. Гости могут сыграть в бильярд. Цена номера т 1500 руб.

База отдыха «Русский дух» расположена в поселке Светлый Яр, прямо на берегу Волги, в нескольких метрах от воды. Летом можно купаться, загорать на великолепных песчаных пляжах на берегу Волги и наслаждаться красотой здешних мест. К услугам гостей коттеджи различной ценовой категории от 2500 тыс. руб.

База отдыха «Усадьба в лесу» расположена в поселке Светлый Яр. Комфортабельные срубы с русскими банями на дровах в Русском стиле под старину, домики вместимостью до 12 человек с отдельными закрытыми дворами. Цены за размещение в сутки начинаются от 3000 руб.

Невозможно однозначно считать данные предприятия конкурентами друг другу, поскольку они изначально ориентированы на различный тип постояльцев и сроки их пребывания: мотель рассчитан исключительно на транзитников, останавливающихся на одну ночь, а обе базы отдыха – на длительный комфортный отдых туристов.

Очевидно, что обе базы отдыха непосредственно конкурируют между собой, а гостиничный комплекс «Излучина» пытается составить конкуренцию и мотелю, и базам отдыха, предлагая своим гостям услуги как для комфортного времяпровождения, так и недорогой ночлег для транзитных туристов.

Сравним конкурентов по основным факторам конкурентоспособности гостиничных предприятий в таблице 1.

Как видно из анализа конкурентов, лидером рынка является база отдыха «Русский дух»; база отдыха «Усадьба в лесу» и гостиничный комплекс «Излучина» занимают промежуточное место на рынке услуг гостеприимства р.п. Светлый Яр, а мотель «Рубеж» - наименее конкурентоспособное предприятие (рисунок 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ конкурентов

Факторы конкурентоспособности	Гостиничный комплекс «Излучина»		Мотель «Рубеж»		База отдыха «Русский дух»		База отдыха «Усадьба в лесу»		Весомость
	Э.О	В.Э.О	Э.О	В.Э.О	В.О	В.Э.О	В.О	В.Э.О	
Внешний вид	8	1,15	4	0,6	10	1,5	8	1,2	0,15
Качество номерного фонда	7	1,4	5	1	10	2	9	1,8	0,20
Качество питания	7	1,05	6	0,9	9	1,35	9	1,35	0,15
Местоположение	6	0,6	4	0,4	10	1	8	0,8	0,10
Уровень цен	9	1,35	10	1,5	4	0,6	5	0,75	0,15
Ассортимент дополнительных услуг	7	1,05	6	0,9	9	1,35	9	1,35	0,15
Уровень сервиса	7	1,4	6	1,2	9	1,8	9	1,8	0,20
Интегральный показатель	51	8,05	41	6,5	61	9,6	57	9,05	0,95

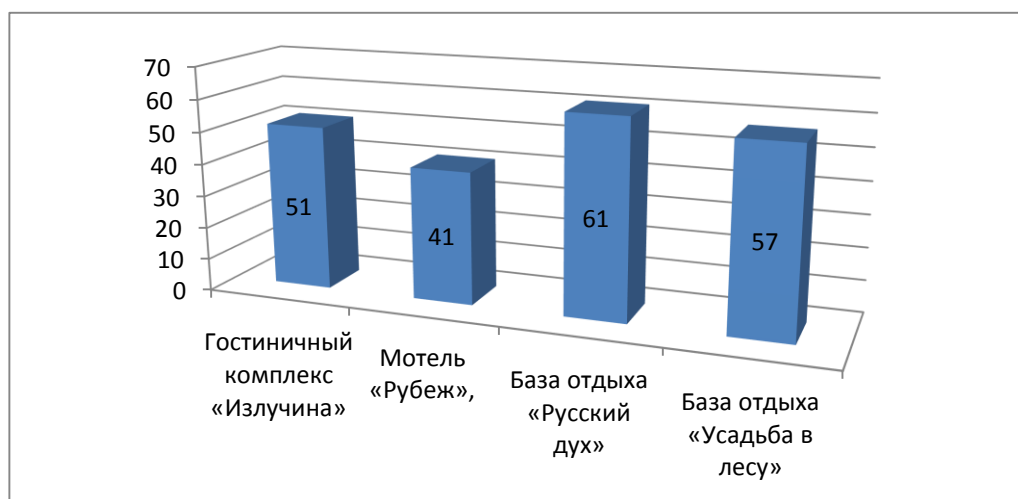


Рисунок 1 – Профиль конкурентов

«Излучина» значительно уступает лидерам – обеим базам отдыха, но с большим отрывом опережает мотель «Рубеж». Единственным преимуществом мотеля являются дешевые цены, которые в совокупности с приемлемым качеством номерного фонда делают его привлекательным для транзитных туристов. «Излучина» по всем факторам конкурентоспособности получил достойные, но не высокие оценки. Получается, что для повышения конкурентоспособности гостиничному комплексу необходимо совершенствовать такие факторы, как уровень сервиса, качество номерного фонда, качество питания и ассортимент дополнительных услуг.

Список литературы

1. Косульникова Т.Л., Васильев Е.С. Региональные особенности туристского рынка Волгоградской области: современное состояние и актуальные тенденции развития // Аудит и финансовый анализ. 2017. № 3 – 4. С. 492-498.
2. Косульникова Т.Л. системно-экспертный анализ характеристик сельского сервиса гостеприимства // В сборнике: Стратегические ориентиры инновационного развития АПК в современных экономических условиях. материалы международной научно-практической конференции. 2016. С. 281-285.
3. Патрушева Л.Ю., Бараташвили Э.Э. Роль туристской инфраструктуры г. Волгограда в развитии сферы туризма и гостеприимства региона // Наука и молодёжь: новые идеи и решения. материалы X международной научно-практической конференции молодых исследователей. 2016. С. 53-55.
4. Сизенева Л.А. Гостиничная индустрия как фактор туристской привлекательности Волгоградской области: современное состояние и актуальные проблемы развития // Стратегия развития сельского хозяйства в современных условиях – продолжение научного наследия Листопада Г.Е.: материалы национальной научно-практической конференции, ФГБОУ ВО ВолгГАУ. – Волгоград, 2018. – Т. 3. – С. 330-334.
5. Сизенева Л.А. Гендерные и возрастные особенности оценки потребителями различных составляющих и элементов региональных туристских продуктов // Мировые научно-технологические тенденции социально-экономического развития АПК и сельских территорий: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию окончания Сталинградской битвы / ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ. – Волгоград, 2018. – С. 419-425.
6. Сизенева Л.А., Полякова Т.В. Анализ показателей, характеризующих туристскую привлекательность и туристскую инфраструктуру волгоградской области // Аудит и финансовый анализ. 2017. № 3-4. С. 525-529.

Анисимова Марина Анатольевна, к.э.н., доцент
(Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург)

ПРОБЛЕМЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ РЫНКОВ

В условиях цифровой экономики кардинально меняются формы и характер конкуренции на рынках. Завоевание лидерских позиций осуществляется многоуровневыми бизнес – системами. Соперничество в ценообразовании трансформируется в долгосрочный процесс состязания за

создание ценности для потребителя [1]. Глобальные стоимостные цепочки становятся ключевым механизмом трансфера интеллектуальной собственности.

Внедрение цифровых технологий потребовало объединения ресурсов сетевых компаний посредством создания отношений кооперации в форме технологических платформ. Модели рынков меняются в сторону расширения географии распространения товаров, растущего ускорения экономических связей. Развитие цифровых игроков, повышение скорости их операций, гибкости и управляемости производственными процессами формирует структурный дизайн отраслей, преобладающим типом которого является олигополия [2]. Вместе с тем конкурентная среда цифровой экономики несет риски формирования барьеров входа на рынки, роста рыночной власти субъектов, их неравенства [3].

Главными факторами развития конкуренции становятся регионы, усиливается их роль в создании конкурентных преимуществ. На смену парадигме равенства в территориальном развитии пришла парадигма эффективности на принципах умной специализации [4]. Формируется тенденция глобализации с региональным уклоном, когда сетевым компаниям приходится действовать глобально в плане доступа к имеющимся ресурсам, технологиям, рынкам, но локально, учитывая особенности законодательства и другие характеристики регионов их присутствия. Ускоряющийся темп технологических изменений, трансформация природы конкуренции делает задачу модернизации институциональных принципов антимонопольного регулирования крайне актуальной.

В экономической науке исследования оптимальной модели антимонопольного регулирования занимают одно из центральных мест. Теоретические подходы к пониманию целей антимонопольного регулирования рассматривались в работах таких зарубежных авторов, как Р. Druker, W. Kovacic, R. Posner, в России – И. Князевой, К. Тотьева. Наиболее плодотворными исследованиями отечественных ученых в области институционального проектирования антимонопольного регулирования являются разработки С. Авдашевой, А. Курдина, А. Шаститко.

Изучением сущности антимонопольного регулирования в условиях цифровой экономики занимались такие зарубежные авторы, как Т. McSweeney, J. Stiglitz, а также российские авторы – Е. Войниканис, А. Иванов, Ю. Цариковский. Проблемы слабого антимонопольного регулирования рынков высокотехнологических секторов обсуждалась такими зарубежными учеными, как G. Amato, H. Novenkamp, а также российскими специалистами – А. Голомолзин, А. Кашеваров, Ю. Рубин, А. Цыганов.

Однако проблема формирования институциональных принципов антимонопольного регулирования в новой глобальной экономике недостаточно исследована. В представленной работе осуществлена попытка обозначить изменения подходов к антимонопольному регулированию цифровых рынков, которые отражают его основные характеристики, а также

проблемные вопросы, которые могут возникнуть в процессе правоприменения.

В результате систематизации исследований и правоприменительной практики сформулированы принципиальные положения системы антимонопольного регулирования в цифровой экономике. Данные принципы вытекают из особенностей цифровых рынков и строятся на необходимости обеспечения условий для стимулирования конкуренции на основе создания инновационной ценности.

На наш взгляд, антимонопольное регулирование в цифровой экономике не требует специальных режимов. Однако трансформация его институциональных принципов должна происходить с учетом оценки динамики новых рынков. Рассмотрим подробнее некоторые, по нашему мнению, важные изменения.

1. Обеспечение условий для инновационного экономического развития на цифровых рынках. Данный принцип предполагает оптимизацию модели антимонопольного регулирования на основе проектирования и внедрения новых эффективных институтов. Предполагается распространение российского антимонопольного законодательства на трансакции, связанные с регулированием прав на результаты интеллектуальной деятельности, с целью снижения рыночной власти правообладателей. Особую актуальность этот вопрос имеет в цифровой сфере. Вместе с тем вопрос о целесообразности встраивания новых норм в антимонопольное законодательство остается дискуссионным. В качестве причин применения антимонопольного регулирования в сфере интеллектуальной собственности называются монополизация рынков компаниями, злоупотребляющими патентной защитой; формирование недобросовестной конкурентной среды [5]. Однако ряд специалистов опасается, что введение новых норм может ограничить возможности правообладателей, нанести им убытки и ухудшить условия доступа российского бизнеса к инновациям [6], трансформация институтов займет длительный период [7]. Представляется, что для формирования новой парадигмы интеллектуальных прав понимание целесообразности регулирования конкуренции в этой сфере является обязательным условием развития информационного общества, а подход, отрицающий необходимость антимонопольного вмешательства в исключительные права, представляет собой узкое видение инновационного процесса [8]. Полагаем, что успешность встраивания нового института антимонопольного регулирования в сфере обращения прав интеллектуальной собственности зависит от действий государственного органа власти по его настройке. Российское антимонопольное регулирование содержит весь набор современных инструментов, с помощью которых возможно достичь данную цель. Их применение позволяет формировать конкурентную культуру и способствует достаточному уровню конкуренции для стимулирования инноваций. Примером может служить подход к анализу доминирующих цифровых платформ в деле компании Google, примененный ФАС России [3].

2. Гибкость механизма антимонопольного регулирования и его ориентация на преодоление ограничивающих инновационное развитие злоупотреблений рыночной властью цифровых монополий. Этот принцип особенно актуален для развития конкурентной среды на цифровых рынках, предотвращения злоупотреблений цифрового монополизма без ущерба инновационному развитию. В условиях цифровизации экономики изменяются формы и характер конкуренции на рынках, которые необходимо учитывать при применении антимонопольного законодательства. Бизнес – модели компании строятся под конкуренцию за рынки или создание новых рынков [3]. Высокая скорость технологических изменений приводит к постоянному изменению границ рынков, невозможности их однозначного определения, изменению доминирования за короткий период. Кроме того, цифровые предприятия создают одновременно несколько организационных моделей для работы на рынке. В результате может произойти структурная перестройка целых отраслей экономики. Таким образом, усложняются возможности антимонопольных органов в работе по правоприменению на цифровых рынках. Особенности конкуренции требуют адекватных подходов и инструментов для оценки конкуренции на новых рынках и выработки стратегии антимонопольного регулирования, ограничивающей рыночную власть цифровых монополий.

В результате обобщения научных исследований и практики рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства на цифровых рынках сформулирован ряд следующих принципиальных положений системы их регулирования:

ориентированности при определении границ цифровых рынков на специфику взаимодействия сторон цифровой платформы, которое свидетельствует о количестве рынков: прямое взаимодействие сторон рассматривается как единый рынок; не взаимодействующие пользователи платформы действуют на множестве рынков;

признания наличия конкуренции на рынке при одновременном существовании различных бизнес – моделей предприятий;

придание приоритетного значения определению взаимозаменяемости товаров, услуг, основанному на предложении, по сравнению с методом по спросу, позволяющем учитывать потенциальную конкуренцию;

отказ от оценки состояния конкуренции, основанной на традиционных индикаторах (рыночные доли), и сосредоточении на показателях, включающих определение барьеров входа, уровня инноваций, наличия альтернативных путей доступа к конечным пользователям.

Аналитические инструменты антимонопольного регулирования на цифровых рынках требуют постоянной точечной настройки на основе практики расследования.

Список литературы

1. Анисимов А.В. Современная трансформация антимонопольная политика // Журнал экономической теории, 2018. – Т.15. – № 2. – С.335-339.
2. Monopoly,s New Era // Project Syndicate, 2006, may 13.
3. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики»; ФАС России; под ред. А. Ю. Цариковского, А. Ю. Иванова и Е. А. Войниканис. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — 311 с.
4. Князева И.В., Лукашенко О.А. Трансформация антимонопольной политики в политику защиты конкуренции в современных экономических условиях. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. – 304 с.
5. Кашеваров А.Б. Параллельный импорт: за и против [Электронный ресурс]. URL: [http // fas.gov.ru /system/presentations/ attachments /2016/04/20/original](http://fas.gov.ru/system/presentations/attachments/2016/04/20/original) (дата обращения: 01.09.2020).
6. Sirkin H., Hemerling J. Globality. The Boston Consulting Group. – N.J.: Business Plus, 2008. – 292 p.
7. Stiglitz J. Economic Foundation of Intellectual Property Rights // Duke Law Journal, 2008. – vol. 57. – pp. 1693-1724. URL: <http://scholarship.law.Duke.edu/cgi/viewcontent> (дата обращения: 01.09.2020).
8. Anderman S. The Competition Law/IP interfase: an Introductory Note // The Interfase between Intellectual Property Rights and Competition Policy. - N.Y.: Cambridge Univ. Press, 2007. – 586 p.

Басаргина Анастасия Ивановна, магистр гр. ЭЭ19-17МГТР
Научный руководитель – Двинский Михаил Борисович, к.э.н.,
доцент (СФУ, ИЭГУиФ, г. Красноярск)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИИ

Одной из важнейших проблем государственного регулирования отраслевых рынков на сегодняшний день остается развитие конкурентоспособности отечественного рынка. Вопросы качественного улучшения уровня предоставления услуг, расширения ассортимента лекарственных средств отечественных производителей, решение задачи обеспечения лекарственными препаратами населения страны посредством российского производства и высокий уровень импортоориентированности рынка приобрели особую проблематику в период пандемии. Анализ фармацевтического рынка России позволил выявить проблемы развития конкуренции на отечественном уровне, а также определить долю лекарственных препаратов российского производства в структуре рынка.

Ключевые проблемы развития рынка конкуренции лекарственных средств приведены в соответствии с докладом Федеральной антимонопольной службы России 2011 г. [1]:

- 1) отсутствие понятия и четких критериев определения взаимозаменяемости лекарственных средств;
- 2) некорректное взаимодействие фармацевтических компаний с врачебным сообществом и должностными лицами, участвующими в процессе формирования заявок на закупку лекарственных средств за счет бюджетных средств;
- 3) использование перечней лекарственных препаратов как механизма ограничения конкуренции и дискриминации отдельных фармацевтических производителей;
- 4) эксклюзивные соглашения фармацевтических производителей и дистрибьюторов.

Темпы роста фармацевтического рынка в России в 2018 году значительно замедлились. В 2018 году российский фармацевтический рынок по размеру в долларовом выражении занял 16-е место в мире. Объем производства лекарственных средств (далее ЛС) в России в 2018 г. вырос на 23,8% – до 286 млрд. руб., медицинских изделий – на 15,5%, до 52,8 млрд. руб. Доля наименований российских ЛС в перечне жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (далее ЖНВЛП) на конец 2018 г. составил 77%. Почти 80% импорта в 2018 г. пришлось на страны Европы (Германия, Франция, Италия). За счет собственных ЛС покрывается лишь 35% потребления, все остальное – это импорт.

Анализ рынка лекарственных средств позволил выявить множество проблем развития конкуренции на российском фармацевтическом рынке:

- отсутствие единых правил производства и контроля качества лекарственных средств;
- отсутствие понятия и четких критериев определения взаимозаменяемости лекарственных средств;
- несовершенство процедур государственной регистрации лекарственных средств;
- жесткое административное регулирование цен на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты;
- низкая доступность лекарственных препаратов для населения;
- отсутствие прозрачности формирования ограничительных перечней лекарственных средств;
- некорректное взаимодействие фармацевтических компаний с врачебным сообществом;
- эксклюзивные соглашения фармацевтических производителей и дистрибьюторов;
- проблемы контроля качества лекарственных средств и медицинского надзора в целом;
- несовершенство государственного регулирования отрасли;

- незаконное использование биологически активных добавок (БАДов) как лекарственных средств;
- незаконные административные барьеры в субъектах Российской Федерации;
- высокие производственные издержки;
- наличие устаревшей продукции лекарственных средств;
- низкий уровень собственных научных разработок и дефицит квалифицированных кадров;
- текущее состояние российской экономики и недостаточная платежеспособность населения.

Важная особенность российского рынка лекарственных средств заключается в том, что существует ярко-выраженная импортоориентированность. На российском рынке фармацевтики имеется высокая доля лекарственных средств иностранного производства, проблема зависимости нашей страны от иностранных производителей наиболее актуальна, импорт превышает экспорт в 13 раз. Компания «Отисифарм» («Фармстандарт»), является единственным производителем лекарственных средств российского происхождения, представленного среди ведущих компаний наряду с мировыми гигантами фармацевтического производства. Существует недостаточный спрос из-за высокой конкуренции с международными гигантами фармацевтической индустрии. Объем продаж десяти наиболее крупных его компаний на протяжении длительного времени составляет 35% от общего объема продаж [2]. Список этих фармацевтических производителей также не подвергается существенным изменениям из года в год. Рыночная доля этих компаний в марте 2020 г. приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Доля рынка ведущих компании по производству лекарственных средств на март 2020 г., в процентах [3]

№	Компания	Рыночная доля	№	Компания	Рыночная доля
1	«Bayer»	4,3	6	«Servier»	3,1
2	«Novartis»	4,2	7	«GlaxoSmithKline»	2,9
3	«Отисифарм»	4,1	8	«KRKA»	2,7
4	«Sanofi-Aventis»	3,8	9	«Berlin-Chemie»	2,6
5	«Teva»	3,2	10	«Stada»	2,3

Стоит отметить также высокую зависимость от зарубежных производителей фармацевтических субстанций и дженериков, большинство российских производителей закупают комплектующие за рубежом. Лекарственные средства, произведенные российскими фармацевтическими компаниями, стоят, существенно дешевле, в сравнении с лекарствами иностранных фирм [4].

Несмотря на то, что фактически из года в год на территории РФ осуществляется сбыт большего количества упаковок лекарственных средств российского производства, нежели зарубежного, стоимостные объемы

проданных медикаментов именно иностранного производства продолжают превосходить отечественные лекарства. Отсюда вытекает не менее серьезная проблема развития конкурентоспособности рынка – это отсутствие доверия к российскому продукту со стороны, как врачей, так и пациентов. Таким образом, на основе анализа можно сделать вывод, что одной из ключевых проблем отечественного рынка лекарственных средств является зависимость от импорта.

Большое влияние на развитие конкуренции на рынке отводится высоким барьерам входа на рынок. Существуют сложности, возникающие на этапе регистрации и лицензирования розничных продавцов лекарственных средств. Стоит отметить, что вход на рынок влечет за собой большие затраты для входа и ведения бизнеса, высокая арендная плата помещений и снижение рентабельности. Высокая социальная нагрузка, снижающая рентабельность бизнеса, в том числе связанная с государственным регулированием торговых надбавок, с требованием поддержания в аптеках минимального ассортимента лекарственных средств независимо от спроса на него, участие отдельных аптек в лекарственном обеспечении населения, производстве отдельных препаратов, отпуске наркотических средств и психотропных веществ. Низкий уровень спроса в отдельных муниципальных образованиях (особенно в сельской местности), связанный с низкой платежеспособностью населения, низкой численностью и плотностью населения. Также большое количество проверок и запросов информации от государственных органов наносят свой негативный эффект.

Одним из главных шагов государственной политики на фармацевтическом рынке стала разработка и принятие целевой программы под названием «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на 2013-2020 годы», именуемой иначе как «Фарма 2020». Целью данной программы является переход фармацевтической и медицинской промышленности на инновационную модель развития. Задачами, которые необходимо решить в рамках целевой программы «Фарма 2020» являются: технологическое перевооружение фармацевтического производства и осуществление развития в области инноваций, производство отечественных оригинальных ЛС, не уступающих в качестве продукции гигантов фармацевтического производства, совершенствование технической составляющей производственных процессов, импортозамещение стратегически значимых средств и жизненно необходимых лекарственных препаратов. А также, достижение отечественными лекарствами, представителями категории ЖНВЛП, в рамках соответствующего рынка показателя, равного 90%, увеличение объемов продаж на рынке РФ медикаментов российского производства до 50% в стоимостном выражении, совершенствование государственного регулирования в сфере обращения лекарственных средств и медицинских изделий и, конечно, кадровое обеспечение отрасли, повышение квалификации специалистов, занятых в фарма-

цевтической индустрии с целью перехода на инновационную модель развития [5].

В марте 2019 г. правительство России утвердило изменения в государственной программе «Фарма 2020», срок ее действия продлен до 2024 года, в нее добавлены новые целевые показатели и данные об уже выполненных объемах работ. Правительство утвердило новые меры поддержки фармацевтической промышленности, одним из эффективных инструментов развития отрасли стал специальный инвестиционный контракт (СПИК). Объем инвестиций в рамках уже заключенных шести СПИКов составляет около 9 млрд. руб. Министерство промышленности и торговли разработало новые механизмы господдержки – возмещение части затрат на реализацию проектов по разработке современных технологий, организации производства и реализации конкурентоспособных медицинских изделий. Фонд развития промышленности предоставляет льготные условия софинансирования проектов, направленных на разработку высокотехнологичной продукции – от 50 до 750 млн руб. на срок до 7 лет по ставке от 1 до 5 процентов годовых. Министерство промышленности и торговли России и «Российская венчурная компания» анонсировали создание венчурного фонда, ориентированного на поддержку инновационных проектов в фармацевтической медицинской промышленности. Объемы финансирования на 2019-2021 гг. из федерального бюджета составят 4,5 миллиарда рублей (по 1,5 млрд. руб. ежегодно) – на условиях привлечения внебюджетных источников в объеме не менее суммы государственного финансирования.

Таким образом, на основе проведенного анализа и выявленных тенденций, можно отметить, что на рынке лекарственных средств имеется достаточное количество проблем, которые не позволяют в полной мере развивать конкурентоспособность в данной отрасли. Несмотря на значительный объем вливаемых средств как напрямую, так и через национальные проекты, российская медицинская промышленность развивается медленно. Распространение новой коронавирусной инфекции показало слабость отечественной медицинской промышленности, неспособной обеспечить лекарствами и оборудованием систему здравоохранения и аптеки в случае массовых заболеваний населения. Необходимо пересмотреть стратегии развития медицинской промышленности, крупных финансовых вливаний, которые должны способствовать улучшению условий функционирования отрасли.

Список литературы

1. Федеральная антимонопольная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/>. [04.09.2020].
2. Жданова К.В. Проблемы реализации программы импортозамещения лекарств в России / К.В. Жданова // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – № 10. – С. 126-132.

3. Маркетинговые исследования фармацевтического рынка «DSM Group». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://dsm.ru/>. [05.09.2020].
4. Юданов А.Ю. Фармацевтический маркетинг: учебник / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова. – Москва: Ремедиум, 2008. – 601 с.
5. Государственная программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013-2020 годы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/3370/>. [05.09.2020].

Баширзаде Рамила Рафаил кызы, к.э.н., доцент
кафедры «Экономическая безопасность и управление инновациями»
Пахомова Алла Викторовна, к.э.н., профессор
кафедры «Экономическая безопасность и управление инновациями»
(СГТУ имени Гагарина Ю.А., г. Саратов)

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Рынок транспорта и логистики, в основном, зависит от уровня экономического развития страны и относительно мало влияет на глобальное расположение основных видов деятельности, таких как производство и продажа конечной продукции. Это определяется, в первую очередь, такими факторами конкуренции как рынки, условия труда, финансовые стимулы, цифровая поддержка, а также социальные и культурные предпочтения высшего руководства. Транспорт и логистика играют более важную роль в размещении вторичных производств, «восходящих» и «нисходящих» видов деятельности (производство компонентов (модулей), оптовая торговля и распределение), а также отраслей в секторе услуг [8].

Важность транспорта и логистики при выборе местоположения участников цепей поставок варьируется в зависимости от уровня конкуренции в отрасли, размера продуктов и их потери веса во время производства, надбавки за качество / технологическое лидерство и местоположения деятельности в рамках цепи поставок. Если присмотреться к структуре затрат, относящихся к транспортно-логистическому сегменту, можно сделать вывод, что большая часть затрат связана с транспортировкой (44%), а складские расходы составляют 24%.

Около 50% (~ 473 млрд. евро) от общего объема европейского логистического рынка передается на аутсорсинг. Морские грузы, СЕР, сборные / LTL, авиаперевозки – это транспортные сегменты, которые почти полностью переданы на аутсорсинг, но уровень аутсорсинга в сегменте контрактной логистики составляет только 40%.

В современной логистике актуализируется кооперативная конкуренция, что подтверждается следующими примерами. Caterpillar Logistics

Services и Schneider Logistics выводят сотрудничество на новый уровень. Caterpillar Logistics, дочерняя компания производителя тяжелого оборудования Caterpillar Inc., будет использовать пакет приложений Summit от Schneider для предоставления услуг по управлению цепочкой поставок и транспортировки для своей материнской компании и для своих 40 внешних клиентов-производителей.

«Мы рассматриваем это как совместную конкуренцию, но мы рады предоставить технологии людям, которые могут извлечь из этого выгоду», – говорит ИТ-директор Стив Мэтис. Эти две компании имеют разные ключевые компетенции: Schneider - это логистика и управление цепочкой поставок от начала до конца, а Caterpillar Logistics – управление складом и транспортировка. Caterpillar расширяет свои предложения в области логистики и цепочки поставок.

Одними из значимых факторов конкуренции являются ключевые компетенции. Так, по мнению Matheys, решение предложить свое логистическое программное обеспечение на основе хостинга было продиктовано компаниями, которые, обладая уникальными компетенциями в сфере логистики, не хотят передавать на аутсорсинг управление своими логистическими операциями, включая планирование складов, инженерные и управленческие услуги, а также управление запасами, транспортировкой и отслеживание времени доставки материалов.

Эти услуги используются для таких клиентов, как отдел запасных частей General Motors, Ford Motor и Ocean Spray. В соответствии с соглашением с Schneider, Caterpillar Logistics будет использовать те же логистические инструменты, которые Schneider использует для управления своими клиентами. Клиентами Caterpillar Logistics являются автопроизводители Ford, BMW и Daimler Chrysler. Schneider разместит заявки на Caterpillar Logistics в рамках пятилетнего соглашения. Сумма сделки не разглашается.

Далее рассмотрим некоторые ключевые факторы конкуренции на транспортно-логистических рынках. Одной из последних тенденций на рынке транспортно-логистических услуг является применение самоуправляемых (автоматически управляемых) автомобилей. Однако стратегия автопилотирования на грузовом автотранспорте приведет к тому, что безработными станут, по прогнозам, десятки миллионов человек по всему миру [3].

Цифровые технологии в транспортной логистике позволяют сократить сроки доставки [5]. Известно, что до 90% времени логистических операций приходится именно на перемещение продукции в цепях поставок. Например, в индустрии быстрой моды, для которой характерна стремительность обновления ассортимента по несколько раз за сезон. Скорость доставки является одним из ключевых факторов конкурентоспособности. Залогом успеха здесь выступают гибкая цепь поставок, оптимизированные мультимодальные перевозки и технология RFID, с помощью которой можно отслеживать движение каждой вещи. Расширение географии доставки

планируется за счет дронов, а Uber запустил проект UberRUSH, где сервис предлагает быструю доставку из магазинов и ресторанов на такси [3].

Конкурентоспособность организации на определенном этапе ее жизненного цикла не должна основываться лишь на соблюдении относительно невысоких ценовых категорий и надбавок, необходимо довести до сознания клиентов всю социально-этическую значимость деятельности. Следует подчеркнуть не только социальные мотивы деятельности компании, но и значимость для каждого клиента, его вкусов и предпочтений [7].

Наиболее полно соответствует нуждам и предпочтениям потребителей конечный продукт, основанный на модульности в потреблении. Модульность часто встречается сегодня не только в проектировании, но и в использовании продукции. Именно благодаря модульности можно обеспечить такое значимое для транспортно-логистических услуг конкурентное преимущество как время доставки товара до конечного потребителя [6]. Применительно к строительной отрасли, модульность позволяет строительным компаниям, конкурирующим на рынке данной отрасли, обеспечивать растущий спрос на коттеджные объекты, сборные щитовые дома, дачи. Однако, и в строительстве многоэтажных домов модульные принципы и технологии позволяют эффективно создавать сложные продукты, состоящие из компонентов или модулей, которые разрабатываются и создаются независимо, но функционируют как единое целое [1]. При этом должны соблюдаться следующие внешние правила:

- архитектура продукта: модульный состав конструкций и их функции;
- интерфейс: способы взаимодействия модулей (физически или информационно);
- стандарты функционирования: проверка соответствия модулей условиям взаимодействия в системе и производительности в условиях синергии.

Методический подход к формированию системы факторов повышения эффективности деятельности транспортно-логистической компании представлен в работе [2]. Конкурентоспособность предприятия на рынке транспортно-логистических услуг основывается на его конкурентном потенциале, характеризует его способность в данный момент и в будущем обеспечивать конкурентоспособность оказываемых услуг, получать максимальный результат при минимальных трудовых, финансовых и материальных затратах [4].

Соблюдение перечисленных правил, возможно только на современной цифровой основе, соответствующего аппаратного и программного обеспечения всех участников цепи поставок, именно в этом случае вся цепь в целом будет конкурентоспособной. Немаловажное значение имеет транспортно-логистическая составляющая модульного процесса, от которой зависят издержки по строящемуся объекту в целом.

Список литературы

1. Гарибов Р.Б. Логистика строительных проектов / Р.Б. Гарибов, А.В. Пахомова, Р.Р. Баширзаде // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2016. № 2 (54). – С. 22-29.
2. Гладкий В.Р. Методический подход к формированию системы факторов повышения эффективности деятельности транспортно-логистической компании / В.Р. Гладкий, Т.Г. Шульженко // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. №2 (122). – С. 92-97.
3. Дмитриев А.В. Цифровая трансформация транспортно-логистического рынка / А.В. Дмитриев // Цифровая революция в логистике: эффекты, конгломераты и точки роста. материалы международной научно-практической конференции XIV Южно-Российский логистический форум. 18-19 октября 2018 г. – Ростов н/Д: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – С. 54-57.
4. Крючкова Н.А. Конкурентоспособность логистического провайдера на рынке транспортных услуг / Н.А. Крючкова, А.В. Баранова // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2018. №1 (32). – С. 31-36.
5. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 10.09.2020).
6. Пахомова А.В. Концепция управления цепями поставок в модульном строительстве / А.В. Пахомова, Р.Р. Баширзаде // Молодые ученые – развитию национальной технологической инициативы (ПОИСК). Издательство: Ивановский государственный политехнический университет. Иваново, 2018. – С. 139-141.
7. Саввиди Г.И. Развитие маркетинга взаимоотношений в формате электронных каналов связи / Г.И. Саввиди // Цифровая революция в логистике: эффекты, конгломераты и точки роста. материалы международной научно-практической конференции XIV Южно-Российский логистический форум. 18-19 октября 2018 г. – Ростов н/Д: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – С. 197-201.
8. Управленческие, логистические и цифровые инструменты развития современных социально-экономических систем / Воронина Н.А., Артемьева Ю.И., Славнецкова Л.В., Горячева И.А., Пахомова А.В., Баширзаде Р.Р.К., Мраморнова О.В., Панько Ю.В. Монография / Саратов, 2020. – 161 с.

Березуцкая Ирина Сергеевна, студент гр. БЭс-164
(Филиал КузГТУ в Междуреченске, г. Междуреченск)
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ АВИАКОМПАНИИ «АЭРОФЛОТ» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК

На сегодняшний день авиакомпания «Аэрофлот» – крупнейший авиаперевозчик России, выполняющий внутренние и международные рейсы из московского аэропорта Шереметьево. Из 51 действующих в настоящее время на рынке российских авиаперевозчиков Аэрофлот прочно занимает лидирующее положение по объему пассажирооборота, превосходя ближайшего конкурента – авиакомпанию «Россия» – более чем в 3 раза [1]. Авиакомпания является одной из старейших в мире, начиная свою историю с 1923 года, при этом имеет среди российских авиаперевозчиков самый большой флот воздушных судов со средним возрастом менее 6 лет, и ежегодно выполняет максимальное число пассажирских авиарейсов.

Наряду с наличием перечисленных выше неоспоримых конкурентных преимуществ, мы можем выделить ряд проблем в деятельности авиакомпании на рынке пассажирских авиаперевозок, которые могут нести определенную долю риска утраты конкурентных преимуществ [2].

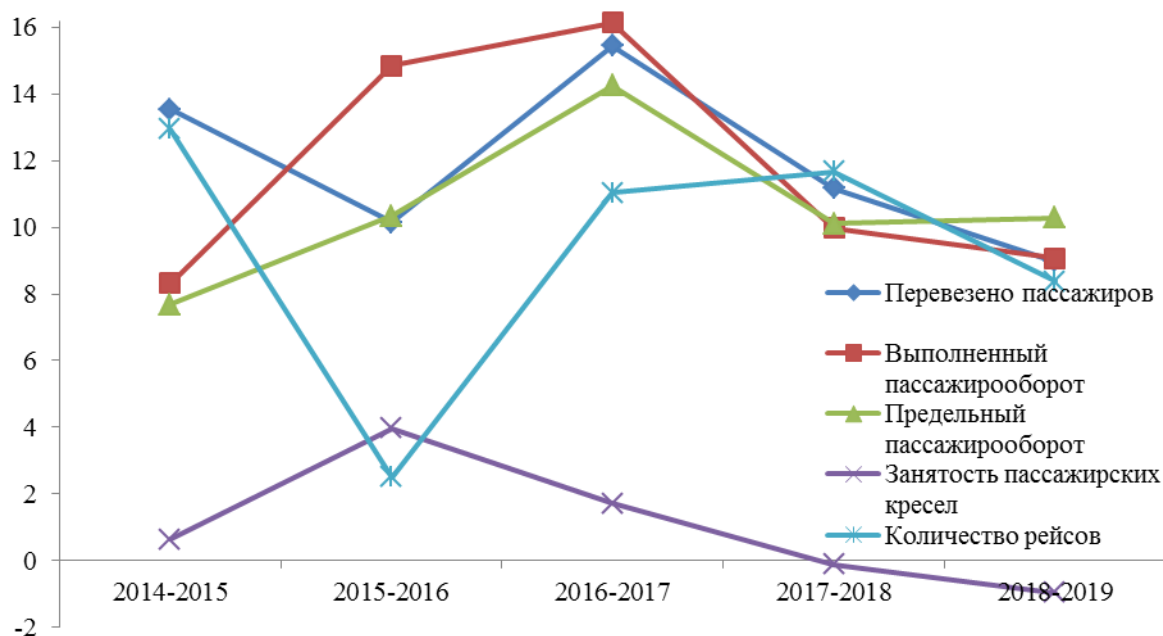


Рисунок 1 – Темпы прироста основных показателей деятельности авиакомпании «Аэрофлот», % [3]

Так, оценка относительных изменений основных показателей деятельности «Аэрофлота» за последние 5 лет (рисунок 1) показала, что по объемам фактического и предельного пассажирооборота, а также по количеству перевезенных пассажиров после 2016 года наблюдается замедление

темпов прироста на фоне продолжавшегося ускорения прироста количества выполненных рейсов. Данное обстоятельство указывает на повышение числа выполняемых авиакомпанией рейсов с неполной загрузкой судна, что подтверждается замедлением темпов прироста занятости пассажирских кресел с 2015 года, а в 2018 и 2019 годах даже происходило снижение данного показателя. Кроме того, последние 2 года наблюдается замедление темпов прироста всех показателей деятельности авиакомпании по сравнению с предыдущими.

Для оценки ценовых преимуществ авиакомпании «Аэрофлот» составим сравнительную таблицу минимальных цен на рейсы 1 пассажира эконом-класса по 9 международным направлениям с датой вылета 18.01.2021, публикуемых на сайтах продаж авиабилетов в сети Интернет [4].

Таблица 1 – Минимальные цены на пассажирские рейсы эконом-класса, выполняемые авиакомпаниями России и мира 18.01.2021, р.

Авиакомпания	Берлин	Дубай	Ереван	Лондон	Париж	Рига	Рим	Стамбул	Тель-Авив
Аэрофлот	8289	12930	8158	10060	19750	5565	10060	10405	10840
ЮТэйр	6068					3733			
Победа		5017				3114	3979	4844	
S7 Airlines	7534		6195	20046	16225				
Nord Wind			4416					9043	
Уральские авиалинии							5741		10045
Pegasus								7881	
Turkish Airlines								11530	
Air Baltic						6868			
Armenia			5596						
El Al									10531
Air France					20444				
Wizz Air UK				4879					
British Airways				10762					
Ailitalia							15393		
Fly Dubai		18832							
Emirates		28050							

По представленным данным можно увидеть, что у авиакомпании «Аэрофлот» есть конкурентные преимущества в ценах в основном перед зарубежными авиакомпаниями; относительно российских авиаперевозчиков разница в цене у «Аэрофлота» достигает 260 %.

Таким образом, для улучшения динамики основных показателей деятельности на рынке пассажирских авиаперевозок компании «Аэрофлот» необходимо рассмотреть возможности снижения цен либо предоставления услуг на более выгодных по сравнению с конкурентами условиях (отсроч-

ка платежа, система скидок и т.д.). Для оценки финансовых возможностей для этого у авиакомпании проанализируем значения и динамику основных показателей платежеспособности, финансовой устойчивости и рентабельности [5], рассчитанных по данным публикуемой финансовой отчетности по российским стандартам, проиллюстрировав это на рисунке 2.

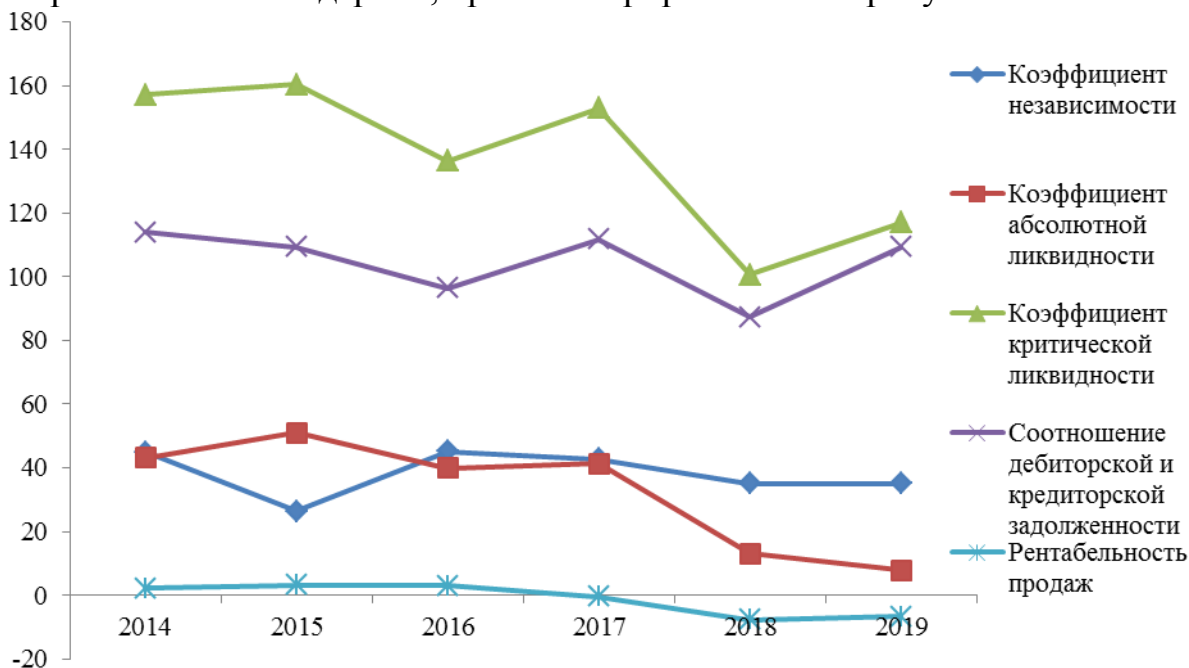


Рисунок 2 – Финансовые показатели авиакомпании «Аэрофлот», % [3]

Представленные на рисунке 2 данные свидетельствуют о наличии неблагоприятных значений и динамики финансовых коэффициентов. Так, авиакомпания является финансово зависимой от внешних источников средств с тенденцией дальнейшего ее усиления, на что указывает значение коэффициента независимости, на 15 % пунктов меньше нормативного, которое начиная с 2016 года сократилось в целом на 10 % пунктов. Это говорит о нежелательности привлечения кредитных ресурсов для развития деятельности, а также накопления кредиторской задолженности. Значение коэффициента абсолютной ликвидности претерпело наиболее неблагоприятные изменения из всех исследованных нами финансовых показателей: в 2018 году оно сократилось более чем в 3 раза, в 2019 – еще в 2 раза, и по состоянию на 01.01.2020 стало почти в 3 раза ниже нормативного минимума. Данное обстоятельство указывает на недостаточные платежные возможности авиакомпании и нежелательность использования отсрочки платежей и кредитования потребителей в качестве конкурентного преимущества, так как это приведет к еще большему спаду ликвидности.

Значение коэффициента критической ликвидности, несмотря на снижение по сравнению с 2015 годом почти в 1,5 раза, по состоянию на 01.01.2020 соответствует нормативу, однако величина коэффициента соотношения дебиторской и кредиторской задолженности указывает на перенакопление средств в расчетах, формирующих большую часть показателя,

участвующего определении показателя платежеспособности. В данной ситуации и учитывая дефицит наиболее ликвидных активов, действия авиакомпании по стабилизации платежной дисциплины в направлении минимизации дебиторской задолженности, приведут к нарушению платежеспособности.

Также ограничены возможности авиакомпании в сфере маневрирования ценами на пассажирские перевозки, на что указывают значения и динамика показателей рентабельности продаж; кроме того, последние 2 года основная деятельность «Аэрофлота» была убыточной.

Таким образом, длительная история работы на авиакомпании «Аэрофлот» рынке пассажирских перевозок, наибольшее среди всех авиаперевозчиков России число совершаемых рейсов и география полетов, несомненно, позволяют ей занимать лидерские позиции и дают значительные конкурентные преимущества. Однако среди авиаперевозчиков, входящих в ТОП-10, существуют перспективные компании, обладающими ценовыми преимуществами в формировании тарифов по выполняемым рейсам, что в настоящее время недоступно для «Аэрофлота» ввиду неблагоприятной динамики и значений финансовых показателей и наличия рисков ухудшения финансового положения.

Список литературы

1. Материалы сайта «Airlines Inform». URL: <https://www.airlines-inform.ru> (дата обращения: 22.08.2020).
2. Тюленева Т.А. Формирование системы управленческого учета на промышленных предприятиях. Москва, 2016.
3. Официальный сайт авиакомпании «Аэрофлот». URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru> (дата обращения: 22.08.2020).
4. Материалы сайты «Яндекс Авиабилеты». URL: <https://avia.yandex.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
5. Круковская Т.А. Факторный анализ финансовых результатов // Бухгалтерский учет. 2010. № 11. С. 118-123.

Бодылева Дарья Андреевна, студентка гр. Э-2043
Научный руководитель – Селищева Тамара Алексеевна,
д.э.н., профессор (СПбГЭУ, г. Санкт-Петербург)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКИМ ПРАВОМ

Статья 10 «Пределы осуществления гражданских прав» п.1 Гражданского кодекса РФ определяет, что «не допускаются осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление

правом). Не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке» [5].

Отсутствие четкой формулировки в данном пункте побуждает множество вопросов. Частыми вопросами являются: существует ли взаимосвязь между понятиями «недобросовестная конкуренция» и «злоупотребление правом»; может ли одной из форм злоупотребления правом являться недобросовестная конкуренция; все ли акты недобросовестной конкуренции действующих субъектов могут рассматриваться как злоупотребление правом?

Для начала, рассмотрим подробнее трактовку понятия «недобросовестная конкуренция».

Согласно Федеральному закону «О защите конкуренции» в п. 9 ст. 4 дается следующее определение «недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации» [14].

Из данного определения можно частично сформировать критерии обнаружения недобросовестной конкуренции, но, поскольку, понятие «конкуренция» представляет собой борьбу за рынок с целью получения больших экономических выгод, следовательно, из статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции» проблематично выделить особенности недобросовестной конкуренции от конкуренции.

Таким образом, недобросовестная конкуренция нарушает методы и правила деловой этики, то есть нарушает российское законодательство и дает преимущество одной компании над другими в одной сфере. Кроме того, существует вероятность принесения вреда компании-конкуренту, которое возможно повлияет отрицательно на их деятельность.

В своем труде «Правовое регулирование конкурентных правоотношений в России и за рубежом» В.И. Еременко отмечает, что «в российском определении недобросовестной конкуренции сделана жесткая привязка к понятию «конкурент», что «российский закон нацелен на защиту только интересов предпринимателей-конкурентов», а не публичных интересов, т.е. интересов потребителей» [7].

Противоположная точка зрения раскрыта у Э. Маркварт, который выделяя различное целевое значение законов о защите прав потребителей и о недобросовестной конкуренции, указывает, что последний ориентирован «на защиту добросовестной конкуренции, т.е. определенного (добросовестного) поведения хозяйствующих субъектов – конкурентов на рынке,

а защита потребителей является для этой сферы регулирования лишь «побочным эффектом», но не основной целью [10].

Рассматривая взаимосвязь между понятиями «недобросовестная конкуренция» и «злоупотребление правом», мнение ученых расходятся на несколько групп. Ученые-правоведы, как А.В. Волков, С.Д. Радченко и другие, считают, что никакой связи между понятиями быть не может [3, 13]. Вторая группа, например, О.А. Поротикова, считают, что злоупотребление правом – это и есть проявление недобросовестной конкуренции [12]. Представители третьей группы, например, А.Н. Варламова, С.А. Парашук, подразумевают под злоупотреблением правом лишь определенные формы проявления недобросовестной конкуренции [2, 11].

Аргументами первой группы ученых можно считать то, что при конкуренции хозяйствующих субъектов соблюдается не только перечень определенных прав, а совокупность правового режима. Следовательно, злоупотребление правом выражается, как возможность использовать определенные экономические свободы. По мнению А.В. Волкова, «речь идет не о гражданских правоотношениях, а о действиях-злоупотреблениях в процессе экономической деятельности» [3]. С.Д. Радченко утверждает, что «ст. 10 ГК РФ имеет название: «Пределы осуществления гражданских прав». Данная норма не называется «Формы злоупотребления правом». Следовательно, само по себе название ст.10 ГК РФ не дает основания для вывода о том, что все названные в ней действия являются формами злоупотребления правом» [13].

Подводя итог мнению ученых первой группы, можно утверждать, что недобросовестная конкуренция – это нарушение неких экономических свобод, а не правовых норм.

Рассматривая мнение ученых второй группы, которые утверждают, что злоупотребление правом это и есть проявление недобросовестной конкуренции, возникает вопрос: что представляет собой то субъективное право, которым злоупотребляют при ведении недобросовестной конкуренции?

В теории понятие «субъективное право» — это «обеспеченная законом мера возможного поведения гражданина или организации, направленная на достижение цели, связанной с удовлетворением их интересов. Предпосылкой субъективного права является правоспособность, то есть общая (абстрактная) способность иметь права» [6]. Следовательно, субъективным правом можно считать правом на конкуренцию. Данное суждение можно подтвердить п.1 ст.34 Конституции РФ, о том, что «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности» [9], а в п.2 этой же статьи говорится, что «не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» [9], что позволяет гарантировать защищенную конкуренцию на свободном рынке.

Однако, если рассматривать мнение ученых третьей группы, то возникает парадоксальный вопрос: можно ли назвать злоупотреблением правом к некоторым формам проявления недобросовестной конкуренции, которые закреплены в ст.14 ФЗ «О защите конкуренции»? С.Г. Зайцева на этот счет отмечает, что ситуации злоупотребления правом выражаются в «легальной видимости», то есть создается видимость соблюдения нормативно-правовых актов, но, по сути, нарушаются принципы права [8].

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно говорить о том, что злоупотребление правом может быть выражено недобросовестной конкуренцией, то есть нарушение субъективного права на конкуренцию; но не всегда действия недобросовестной конкуренции могут расцениваться как злоупотребление правом. Однако, с одной стороны, законодательно закреплены определенные запреты, определяющие действия недобросовестной конкуренции, что нельзя расценивать как злоупотребление правом; с другой стороны, недобросовестная конкуренция – это действия хозяйствующих субъектов, направленные на получение экономических выгод при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации. В конечном итоге, данное рассуждение будет парадоксальным в силу изменчивости правовых институтов.

Список литературы

1. Блинов, В. Г. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом / В. Г. Блинов, В. В. Блинова // *Oeconomia et Jus*. 2018. № 3.
2. Варламова, А. Н. Правовое содействие развитию конкуренции на товарных рынках: дис. ... д-р. юрид. наук. – Москва, 2008.
3. Волков, А. В. Злоупотребление гражданскими правами: проблемы теории и практики: дис. ... д-р. юрид. наук. – Москва, 2010.
4. Голикова, О. В. Недобросовестная конкуренция и злоупотребление правом – Режим доступа: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/54195-pedobrosovestnaya-konkurenciya-zloupotreblenie-pravom>
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994. № 51-ФЗ (ред. от 31.07.2020) [Электронный ресурс] / Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»
6. Додонов, В. Н. Большой юридический словарь / В. Н. Додонов, В. Д. Ермаков, М. А. Крылова. – Москва: Инфра-М, 2001.
7. Еременко, В.И. Правовое регулирование конкурентных правоотношений в России и за рубежом: дис. ... д-р. юрид. наук. – Москва, 2001.
8. Зайцева, С. Г. «Злоупотребление правом» как правовая категория и как компонент нормативной системы законодательства Российской Федерации. – Рязань: Поверенный, 2002.
9. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе

общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс] / Доступ из справ. -правовой системы «Консультант Плюс»

10. Маркварт, Э. Сравнительный анализ регулирования недобросовестной конкуренции и законодательства ФРГ, Европейского Союза и Российской Федерации: дис. ... канд. юрид. наук. – Москва, 1998.

11. Парашук, С. А. Недобросовестная конкуренция: содержание и правовые средства ее пресечения: дис. ... канд. юрид. наук. – Москва, 1995.

12. Поротикова, О. А. Проблема злоупотребления субъективным гражданским правом: монография / О. А. Поротикова. – 3-е изд., доп. – Москва: Юрайт, 2019.

13. Радченко, С. Д. Злоупотребление правом в гражданском праве России. – Москва: Волтерс Клувер, 2010.

14. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 24.04.2020) «О защите конкуренции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2020) [Электронный ресурс] / Доступ из справ. -правовой системы «Консультант Плюс».

Бузулуцкая Татьяна Сергеевна, студентка группы ЭКБ-53
Научный руководитель – Чернованова Надежда Викторовна, к.э.н., доцент
(ВолГаУ, г. Волгоград)

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОНОПОЛИИ

Начиная с классических школ и заканчивая современными направлениями, серьезное внимание экономическая теория уделяла проблемам монополизма. Актуальность данной темы заключается в том, что в отличие от других хозяйственных единиц, особое внимание в системе экономических отношений занимает монополия.

Монополия (от греческих корней: «монос» – один, единственный и «полео» – продаю) – это такой тип рыночной структуры, где существует только один единственный производитель, который не только производит товар, но и реализует его и не имеет аналогов. Производитель полностью способен контролировать объем производства товара, самостоятельно выбирать цену, регулируя объемы прибыли [1].

Характерными чертами монополии являются следующие:

1. Исключительным правом производства, торговли и других видов деятельности обладает монополист;
2. Функционирует только одна фирма - монополист, то есть на рынке нет конкуренции;
3. Фирма-монополист чаще всего не использует рекламу;
4. Фирма-монополист воздействует на рыночную цену. Кривая спроса у монополиста имеет отрицательный наклон. Монополист «ищет» ту цену, которая приносит ему наибольший доход;

5. Фирма - монополист производит уникальную продукцию, которая защищена от выхода на рынок других компаний. Потребитель должен обходиться от необходимого продукта, либо покупать его у монополиста.

Главной причиной создания монополии является стремление бизнеса за счет монополизации рынка получать максимальную прибыль [3].

Существуют разные виды монополий, которые можно классифицировать на четыре основных:

- Естественная монополия возникает только тогда, когда при обслуживании всего рынка, бизнес приносит прибыль в долгосрочной перспективе (например, железнодорожные перевозки). Естественные монополии появляются по объективным причинам в ситуациях, когда спрос на данную продукцию в большей степени может быть удовлетворен одной фирмой.;
- Искусственная монополия обычно создается, когда объединяются несколько предприятий. Объединение компаний позволяет устранять конкурентов на товарных рынках;
- Открытая монополия - это так называемый рынок единственного поставщика. Она характерна для таких компаний, которые предлагают инновационные продукты, у которых нет аналога на текущий момент;
- Закрытая (государственная) монополия – это монополия, которая создана с помощью законодательных барьеров. Данная монополия защищена от конкурентов законодательством.

Особенностью современной монополизации является усиление роли транснациональных корпораций, особенно межотраслевых. Создается своеобразный «управленческий холдинг» в рамках многоотраслевых транснациональных концернов, который передает хозяйственное управление производством, реализацию продукции своим подразделениям, филиалам, то есть усиливает их самостоятельность [2].

Одной из особенностей современной монополизации является также ее скрытый характер, то есть введение в сферу зависимости от гигантских монополистических объединений, формально самостоятельных средних и малых предприятий, через систему подконтрактов, подпоставщиков и т.п.

Усиление централизации капитала, перераспределение собственности – это еще одна из особенностей современной монополизации.

Существенные изменения в социальную и хозяйственную жизнь общества внесли процессы монополизации. Используя фактор массового производства, монополия ведет к экономии затрат производства, обеспечивает потребителей качественными и дешевыми товарами.

Выделяют в настоящее время в России две естественных крупнейших монополии: ОАО Российские железные дороги и ПАО «ГАЗПРОМ». ОАО Российские железные дороги является инфраструктурной, а ПАО «ГАЗПРОМ» является топливно-энергетической государственной монопо-

лией, они обладают чертами, которые присущи российским монополиям. На современном этапе их можно считать определяющими для экономики страны и для ее будущего развития.

Таким образом, монополия представляет собой самую крайнюю и наиболее устойчивую форму несовершенной конкуренции. Российские естественные монополии имеют большое значение для национальной экономики, которая без таких предприятий обречена на пассивную роль в общемировых экономических отношениях. На внутренних рынках потребляется почти весь объем продукции естественных монополий и является одним из основных факторов, определяющих издержки предприятий. Наиболее устойчивыми отраслями экономики является естественные монополии, на их долю приходится более трети общего объема инвестиций в экономику России.

Список литературы

1. Бакальская, Е.В. Несовершенная конкуренция / Е.В. Бакальская // «Научно-практический электронный журнал Аллея Науки». № 16. 2017. – С.51-53.
2. Скоков Р.Ю. Рынки аддитивных товаров: монополия против конкуренции / Р.Ю. Скоков // «Форсайт «Россия»: новое индустриальное общество. Будущее. Сборник докладов Санкт-Петербургского Международного Экономического Конгресса». 2019 – С.199-210.
3. Томиленко Н.В. Проблемы монополии в Российской Федерации / Н.В. Томиленко // «Научные основы развития АПК. Сборник научных трудов по материалам XXI Всероссийской (национальной) научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием» 2019. С. 406-407.

Вакарёв Александр Алексеевич, д.э.н., профессор кафедры менеджмента Волжского института экономики, педагогики и права, академик АВН

Медведева Людмила Николаевна, д.э.н., профессор Волжского политехнического института (филиал) (ВолгГТУ, г. Волжский)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БУДУЩЕГО ЧЕРЕЗ СТРАТЕГИЧЕСКУЮ ОРИЕНТАЦИЮ ЭКОНОМИКИ НА ШЕСТОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УКЛАД

Мировой экономический кризис совмещенный с пандемией COVID-19 наглядно продемонстрировал комплекс противоречий, накопившихся в обществе, и поставил задачу государственного стимулирования инновационной и инвестиционной активности, направленной на рост товаров отечественного производства. Новый мирохозяйственный уклад, который сформировался в Китае на основе сочетания социалистической идеологии и

частного предпринимательства, стратегического планирования и *рыночной конкуренции* показал высокую жизнеспособность. В России в отличие от других стран, нет ни ресурсных, ни производственных, ни трудовых ограничений для опережающего экономического роста, есть потребность в новых механизмах, которые могли бы учесть императивы глобализации мировой экономики, обеспечить создание условий для дальнейшего экономического роста и повышения качества жизни населения.

Сегодняшний рынок характеризуется *значительным перенасыщением товаров с низким качеством и весьма острой конкуренцией между производителями не только макро- и мезоуровней экономики, но со стороны глобальных конкурентов* [1]. Любое улучшение позиций производителей реального сектора здесь возможно лишь на основе весьма мощных усилий и преодоления многочисленных преград, в том числе области стандартов и нормативов, введенных международными организациями, имеющими в своей основе лоббирующие корни корпораций [1]. Наиболее полно система императивов социально-экономического развития представлена в Концепции устойчивого развития, которая была принята мировым сообществом на Международной конференции в Рио-де-Жанейро в 1992 года [2] Здесь следует особо подчеркнуть, что хотя наименование данной конференции вроде бы отражает проблематику охраны окружающей природной среды, на самом деле данная конференция под вуалированием со стороны экологии определила общее развитие мировой экономики и практически всех стран мирового сообщества на ближайшие десятилетия. Ещё одной особенностью данной конференции явилось то, что она не приняла ни одного директивного документа, лишь Декларацию об устойчивом развитии, якобы абсолютно добровольную для каждой страны, но в такой форме, что не выполнить «добровольных» принципов данной Декларации не представляется возможным. Попытка проявить хоть какую-либо самостоятельность со стороны отдельных стран по факту приводило к противопоставлению данной страны всему остальному мировому сообществу. В подобном положении оказалась и Россия, чья экономика стала трансформироваться в интересах мирового сообщества в виде сырьевой, с относительно малой долей высокотехнологичных производств. С точки зрения положений конференции в Рио-де-Жанейро в качестве императивов для российской экономики особую актуальность приобрели следующие:

- обязанность прекращения нерациональной практики производства, причем сама рациональность стала оцениваться с позиций мирового рынка;

- обязательность международного сотрудничества в области охраны окружающей природной среды и рационализации производства, что на практике означал приоритетный учет требований мирового сообщества в позиционировании национальной экономики с возможностью непосредственного вмешательства со стороны международных организаций или отдельных стран;

- обеспечение открытости экономической системы всех стран. Применительно к России здесь следует указать на создание условий по свободному переливу капитала и формирования контроля над деятельностью отечественных предприятий со стороны внешних собственников и консультантов;

- создание такой системы экологических стандартов, которая бы удовлетворяла всех участников мирового сообщества, что в нашей стране позволило в некоторых случаях оказывать влияние на закрытие производств, невыгодных для представителей мировой экономики.

Что особенно примечательно, что система принципов устойчивого развития всю мировую экономику поставила в условия перехода от производственной концепции к финансовой. Начиная с XX века в мире в целом, и особенно в развитых странах, активно шли процессы деиндустриализации и детехнологизации, когда массовое производство в основном товаров народного потребления велось за счет широчайшего использования ручного труда в Индии и других аналогичных странах, а экономический рост обеспечивался, главным образом, за счет разнообразных финансовых операций. Выйти за пределы данных императивов в современных условиях практически не представляется возможным. За исключением возникновения каких-то чрезвычайных обстоятельств, которые на более-менее продолжительный срок прекращают действие существующей экономической системы, в краткий период которого появляются возможности выйти на рынок с инновациями, опередить конкурентов, повысить устойчивость экономики и улучшить позиционирование предприятий и стран в целом на перспективу [3].

Диалектика социально-экономического развития в качестве наиболее благоприятного момента обеспечения рывков в социальной сфере и экономике позволяет отметить наличие экономических кризисов. Подобное положение дел достаточно хорошо отражено в экономической теории, в разделе изучения кризисов и конфликтологии. Там достаточно подробно указывается, что в составе жизненного цикла социально-экономических систем время от времени формируются условия возникновения тех или иных кризисов, сами социально-экономические системы при этом начинают деградировать, на почве данной деградации возникают конфликты и в результате, если не будут приняты меры, возникает кризис. Наиболее подробно в экономической теории рассмотрены мировые экономические кризисы, носящие циклический характер. Периодичность кризисов составляет 11 лет с дисперсией в 0,5 года. Кроме того, теория свидетельствует, что конфликты в период кризисов позволяют наиболее полно выявить существующие проблемы, выработать эффективные методы преодоления этих проблем и мобилизовать активность масс для осуществления экономических рывков. Столь хорошее теоретическое исследование вопросов кризисов позволило сформироваться специфическим группам лиц, которые используя хорошее знание особенностей кризисов, активно использу-

ют их для получения преимуществ в технологической, экономической и даже политической сферах [1, 3, 4].

Теория кризисов как нельзя лучше проявилась в отношении текущего момента. Назрела острая необходимость отказа для передовых стран мирового сообщества от финансовой концепции развития и возвращения к производственной кооперации. США уже не могут обслуживать свой государственный долг, а также они начали отставать от Китая и России в области вооружений, что потребует комплексной реиндустриализации. На фоне эпидемии коронавируса идет обострение конфликта США и Китая, а также рост социальной напряженности в США. Китай всё более полно становится системным конкурентом США за главенство в мире. По поводу распределения затрат на обороноспособность в составе НАТО растут противоречия между США и европейскими странами. Таким образом, в среде наиболее влиятельных участников мирового рынка достаточно полно сформировалась картина по проблематике текущего кризиса, его преодолению и позиционированию мировой экономики. Основными задачами, которые следует решить в период выхода из кризиса определяются следующие:

- проведение реиндустриализации США и стран ЕС на базе 6-го экономического уклада, с нуля должны быть созданы новые, производства преимущественно с использованием робототехники и автоматизации;

- оптимальное пространственное размещение производственных мощностей на территории реиндустриализируемых стран. При этом скорее всего будут приниматься активные меры по диверсификации мегалополисов, вынесению новых предприятий реального сектора на территории, где ранее существовали производственные мощности до деиндустриализации;

- активизация возрождения старых городов и нового строительства в интересах реиндустриализируемых производственных мощностей;

- восстановление, реконструкция и новое строительство производственных коммуникаций на новой технологической основе 6-го уклада [4].

Следует особо подчеркнуть, что реализация подобных мероприятий, скорее всего будут активно поддержана со стороны международных организаций, в значительной мере находящихся под контролем США. В целом вся подобная деятельность превратится в весьма поощряемую, представляющую *mainstream* – главную струю мирового развития. Понимание высокой вероятности подобного развития событий дает России хороший шанс одними из первых начать осуществлять требуемые мероприятия, опередить конкурентов и захватить позиции, которые позволят стране стать одним из лидеров мировой экономики, как минимум на ближайшие 11 (+ - 0,5 года) лет, вплоть до следующего кризиса, когда будет происходить очередная настройка глобальной экономики. Впрочем, для того, чтобы приступить к реальным мероприятиям следует иметь *достаточно адекватный образ будущего и стратегию действий*.

Высокая актуальность развития реальной экономики 6-го технологического уклада в настоящее время хорошо осознается, но данное осознание ещё не приобрело реального воплощения. В самых передовых странах мирового сообщества технологический уровень реального производства может характеризоваться следующими данными: доля производительных сил пятого технологического уклада составляет 60%, четвертого – 20%. А на долю 6-го технологического уклада приходится лишь 5% [4]. То есть, мировой рынок ещё не занят, и в сфере наиболее передовых технологий есть возможность занять в нем достаточно мощные позиции [5]. Разумеется, добиться этого возможно если будет разработана государственная программа «прорыва», которая включает:

- определение наиболее перспективных направлений развития реальной экономики для дальнейшей концентрации средств на этих направлениях;

- обеспечение развития технологий производства продукции глубокого передела из отечественных ресурсов, их внедрение и эксплуатацию;

- развитие технической базы отечественных образовательных учреждений на передовом научно-техническом уровне;

- создание благоприятных условий развития научно-технического творчества специалистов и создание для них возможностей роста их жизненного уровня;

- создание действенной системы контроля за реализацией инвестиционных проектов внедрения и использования передовых технологий;

- осуществление ориентации развития реального сектора экономики в содружестве со странами ближнего зарубежья;

- создание в регионах и муниципалитетах России банков проектов в области производства продукции и внедрения технологий для последующего внедрения.

Следует подчеркнуть, что Россия, невзирая на некоторую утрату научно-технических позиций, которая наметилась в последние десятилетия все-таки продолжает оставаться передовой технической державой, имеющей развитую научную школу. Причем мощным научно-техническим потенциалом в нашей стране располагают не только признанные научно-технические центры Москва, С-Петербург, Новосибирск, но и практически все областные центры и другие, достаточно крупные города. Этот потенциал нужно лишь правильно организовать, нацелить и материально обеспечить.

Список литературы

1. Вакарев, А.А. Современные риски и новая индустриализация России / А.А. Вакарев, И.А. Гришин, В.В. Виноградов, Н.В. Иевлева // Риск. Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция – 2020 – № 1 – С. 67-72.

2. Декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию. 14 июня 1992 года. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/8308082> (Дата обращения 25.05.2020 г.)
3. Старовойтов М.К., Медведева Л.Н., Гончарова Е.В. Промышленный аспект инновационного развития средних городов // Федерализм. 2013. № 3 (71). С. 67-76.
4. Каблов Е.Н. Шестой технологический уклад. // URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/17800/> (Дата обращения 15.05.2020 г.)
5. Melikhov V. V., Novikov A.A., Medvedeva L. N., Komarova O. P. Green technologies: The basis for integration and clustering of subjects at the regional level of economy // Contributions to Economics. 2017. 9783319454610. pp. 365-382.

Валеева Диана Руфиковна, студент гр. ЭКФ-Э-41
Научный руководитель – Чернованова Надежда Викторовна, доцент, к.э.н.
(ВолГАУ, г. Волгоград)

МОНОПОЛИЯ КАК УСТОЙЧИВАЯ ЕДИНИЦА ПАДЕНИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ

Какое количество людей задумывается над последствиями монополизации? Если наберется хотя бы 5 человек из 100, то я приятно удивлюсь. Но основная проблема не в людях и не в том, что они не хотят изучать данный вопрос, а в отношении более влиятельной части населения. Так давайте же разберем данную проблему человечества.

Я думаю, стоит начать с понятия монополии. Монополия – организация, которая осуществляет контроль над ценой и объемом предложения на рынке и поэтому способна максимизировать прибыль, выбирая объем и цену предложения, либо исключительное право, связанное с авторским правом, патентом, торговым знаком или с созданием государством искусственной монополии.

Предлагаю на примере истории рассмотреть монополию, ее минусы и способы борьбы с ней. Поговорим мы о таком человеке, чье имя слышал практически каждый человек в 21-ом веке – Джоне Дэвисоне Рокфеллере и его величайшем детище – компании Standard Oil.

Джон Дэвисон Рокфеллер – американский предприниматель, филантроп, первый официальный долларовый миллиардер в истории человечества.

В 1870 году основал компанию Standard Oil и управлял ею до своего официального выхода на пенсию в 1897 году. Standard Oil была основана в штате Огайо как партнерство Джона Рокфеллера, его брата Уильяма Рокфеллера, Генри Флэглера, Джабеза Боствика, химика Сэмьюэла Эндрюса и одного не голосующего партнера, Стефана Харкенса. Поскольку спрос на керосин и бензин резко вырос, богатство Рокфеллеров также воз-

росло, и он стал самым богатым человеком в мире, в свое время, его состояние на момент смерти составляло 1,4 миллиарда долларов США (номинал 1937 года) или 1,54 % ВВП США. С учетом инфляции The New York Times оценивает его богатство около 305 млрд долл. в эквиваленте 2006 года, или 389 млрд долл. в эквиваленте 2018 года.

Рокфеллер был одним из филантропов США, основателем Фонда Рокфеллера, жертвовавшим большие суммы на медицинские исследования, образование, в частности, на борьбу с желтой лихорадкой. Он также основал Чикагский и Рокфеллеровский университет. Был верующим баптистом и жертвовал часть своих доходов на поддержку церковных заведений в течение всей жизни. Отмечался как трудолюбивый, целеустремленный и набожный христианин, за что партнёры называли его «Дьяконом». Он всегда проповедовал здоровый образ жизни и полный отказ от алкоголя и табак курения. Имел четырех дочерей и одного сына, который и унаследовал в управление Фонд Рокфеллера.

К 1880 году, благодаря многочисленным мелким и средним слияниям, в руках Рокфеллера оказалось 95 % нефтедобычи Америки. Став монополистом, Standard Oil подняла цены и стала крупнейшей компанией в мире того времени. Через 10 лет закон Шермана против монополий потребовал разделить Standard Oil. После этого Рокфеллер раздробил бизнес на 34 мелких компании и во всех из них сохранил контрольный пакет и при этом нарастил капиталы. Практически все крупные американские нефтяные компании произошли именно от Standard Oil, в их числе ExxonMobil, Chevron.

Standard Oil приносила Рокфеллеру 3 млн долл. ежегодно, он владел шестнадцатью железнодорожными и шестью сталелитейными компаниями, девятью фирмами, торгующими недвижимостью, шестью пароходствами, девятью банками и тремя апельсиновыми рощами. Имя Рокфеллера стало символом богатства: он жил с большим комфортом, но не выставлял своих богатств напоказ, как другие миллионеры с нью-йоркской 5-й авеню.

Отрицательные стороны монополии:

— возможность переключать издержки компании-производителя на конечного покупателя, не имеющего возможности оказывать влияние на производителя. Это достигается увеличением цен, что снижает жизненный уровень населения;

— блокирование научно-технического прогресса из-за отсутствия конкуренции;

— экономия монополистом собственных средств за счет снижения качества производимой продукции и услуг;

— замена экономического механизма формой административной диктатуры.

Здесь нужно подчеркнуть, что любая монополия гонится за увеличением своего капитала, при этом, не стесняясь использовать любые методы,

что, конечно же, сказывается в первую очередь на конечном покупателе, которым является рядовой житель планеты. Но, как и у всего, у монополии есть и положительные стороны и для честной аналитики нужно рассмотреть и их:

— укрупнение масштабов производства приводит к снижению издержек и экономии ресурсов;

— в случае экономического кризиса монополистические объединения держатся дольше других компаний и раньше них начинают выходить из кризиса. За счет этого сдерживается спад производства и безработица;

— часто продукция монополистических фирм отличается высоким качеством, за счет чего они и завоевывают господствующее положение на рынке.

Прежде всего, хотелось бы сказать, что я не против честной конкуренции и, если компания честным путем пришла к единоличному господству в своей сфере деятельности, значит ее продукт действительно отличается качеством, ценой и отношением второго к первому, но нужно понимать – такое невозможно. Даже на примере Standard Oil мы видим, как уже, будучи огромной компанией, она недобросовестно вытесняла конкурентов путем махинаций. Такой подход не даёт пространства манёврам развитию как государства, в котором зародилась монополия, так и целой экономики человечества. Именно поэтому и придумали антимонопольную службу. Но не нужно забывать, что, в первую очередь, люди контролируют сами монополии и антимонопольную службу, и в их руках находится процветающее общество.

Список литературы

1. Барышева А. В., Сухотин Ю. В. Монополизм и антимонопольная политика. – М.: Наука, 2003 г. – 240 с.
2. Грановский Е.А. Монополистический капитализм в России. – М. 2001-276 с.
3. Колесов А. И., Исаенко Е.В. Рынок и антимонопольное регулирование. – Белгород, 2009 г.
4. Максимова В.Ф. Рыночная экономика: Учебн. пособ. – М.: «Соминтек», 2012 – 359 с.
5. Фурсенко А. А. Династия Рокфеллеров. Нефтяные войны (конец XIX – начало XX века). – М.: Дело, 2015.

Вершинина Кристина Максимовна, магистр гр. ЭЭ19-17МГТР
Научный руководитель – Смирнова Татьяна Анатольевна, к.э.н., доцент
(СФУ, ИЭГУиФ, г. Красноярск)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ

Лесные ресурсы объективно являются конкурентным преимуществом России, обеспечивая ей стратегическое преимущество в системе мирохозяйственных связей. Поэтому центральный вопрос развития комплекса – выбор способов реализации имеющегося потенциала лесопромышленного комплекса (далее – ЛПК).

Лесная промышленность – это совокупность отраслей промышленности, заготавливающих и обрабатывающих древесину, производящих из древесных ресурсов, посредством химической и механической обработки, готовую продукцию различной степени технологической сложности (лесозаготовка, целлюлозно-бумажная промышленность, производство пиломатериалов, картона, древесных плит, фанеры, мебели, биотоплива).

Общий объем выручки предприятий лесной отрасли России в 2019 г. сократился на 8,36% до \$12,27 млрд по сравнению с 2018 г., включая внутренний рынок и экспорт. Отрасль почти на 100 % находится в частных руках. Крупнейшие по выручке компании лесопромышленного комплекса России по версии «РБК» представлены в таблице 1 [8].

Таблица 1 – Крупнейшие лесопромышленные предприятия России по версии «РБК», 2018 г.

№	Компания	Выручка, млрд.руб. (+% к 2017 г.)	Доля рынка (%)	Прибыль, млрд.руб. (+% к 2017 г.)	Доля рынка (%)
1	Группа Илим – (Санкт-Петербург)	156 (+41%)	30,6	36 (+88%)	42,9
2	Монди СЛПК – (Сыктывкар)	66 (+20%)	13,0	19 (+46%)	22,6
3	Сегежа – (Петрозаводск)	58 (+32%)	11,4	-0,100	-0,1
4	ИнтернешнлПейпер (International Paper) – (Светогорск)	46 (+13%)	9,0	7 (+30%)	8,3
5	Тетра Пак (TetraPak) – (Москва)	45 (+32%)	8,8	5 (+46%)	6,0
6	Свеза – (Санкт-Петербург)	40 (+34%)	7,9	–	–
7	Архангельский ЦБК – (Новодвинск)	39 (+20%)	7,7	8 (+16%)	9,5
8	Титан – (Архангельск)	32 (+39%)	6,3	3 (+122%)	3,6
9	Карелия Палп – (Санкт-Петербург)	27 (+50%)	5,3	6 (+1128%)	7,2
	Всего	509	100	83,9	100

Согласно информации, приведенной в таблице, бесспорным лидером и одним из ведущих отраслевых игроков в мире является «Группа Илим» – производитель целлюлозы, тарного картона, бумаги, гофроупаковки. Предприятия, расположенные в Архангельской (г. Коряжма), Иркутской (г. Братск, г. Иркутск, г. Усть-Илимск), Ленинградской (г. Коммунар) и

Московской (г. Дмитров) областях, являются ключевыми в российском лесопромышленном комплексе: на них выпускается 75% всей российской товарной целлюлозы, 20% картона и 10% всей российской бумаги.

На втором месте расположилась «Монди СЛПК» (Mondi) – основное направление деятельности филиала в России является производство офисной бумаги. Наиболее узнаваемый бренд компании – «Снегурочка». Предприятия корпорации расположены более чем в 30 странах.

И тройку лидеров замыкает «Сегежа» – лесопромышленный холдинг. Производит фанеру, плиты, бумагу и упаковку, пиломатериалы, продукты лесохимии, оказывает услуги по строительству из древесины. В состав холдинга входят предприятия лесной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной промышленности, а также по производству бумажной упаковки – всего около 50 компаний в 13 странах. Общая площадь лесного фонда компании составляет более 6,8 млн га (лесные угодья в Карелии, Вологодской, Архангельской и Кировской областях). Около 80% продукции компании продается на экспорт.

Основными нормативно-правовыми актами, которые регулируют порядок проведения анализа состояния конкуренции на российских рынках, является Приказ ФАС России от 28.04.2010 г. № 220 (ред. от 12.03.2020) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» [4]. По двум показателям «прирост выручки» и «прирост прибыли» по данным таблицы 1 можно рассчитать коэффициент рыночной концентрации и индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана.

По показателю «выручка»:

$CR3 = 30,6 + 13,0 + 11,4 = 55\%$ – рынок умеренной концентрации.

$HNI = 30,6^2 + 13,0^2 + 11,4^2 + 9,0^2 + 8,8^2 + 7,9^2 + 7,7^2 + 6,3^2 + 5,3^2 = 1584,94$ – рынок умеренной концентрации.

По показателю «прибыль»:

$CR3 = 42,9 + 22,6 - 0,1 = 65,4$ – рынок умеренной концентрации.

$HNI = 42,9^2 + 22,6^2 + (-0,1)^2 + 8,3^2 + 6,0^2 + 9,5^2 + 3,6^2 + 7,2^2 = 2611,12$ – рынок высокой концентрации.

Анализ расчетов показателя выручки показывает рынок средней концентрации. Однако анализ показателя прибыли демонстрирует высокую концентрацию рынка. Можно сделать вывод о неравномерных затратах разных компаний. Если доля выручки компаний, за исключением трех лидирующих, примерно одинаковая, то есть в пределах 5–8%, то прибыль же не имеет соответствующего «коридора». Напротив, у некоторых организаций она даже отсутствует или равна нулю, хотя одно из таких предприятий находится в числе тройки лидеров. Все это означает, что компании несут высокие производственные издержки.

Можно выделить ключевые проблемы лесной промышленности в России:

1) низкий сьем древесины с одного гектара (самый низкий в мире);

- 2) недостаточный уход за лесом для повышения его продуктивности (запаса);
- 3) низкая эффективность лесовосстановления;
- 4) недостаточная эффективность системы охраны и защиты лесов, разобщенность лесопожарных сил (лесов в России выгорает больше, чем вырубается);
- 5) низкая инвестиционная привлекательность отрасли, обусловленная страновыми факторами.

Для малого бизнеса также существуют барьеры в ЛПК России:

- 1) недостаток ресурсов для производства конечной продукции (сырьевые, финансовые и кадровые ресурсы);
- 2) недостаток финансирования и субсидирования, несвоевременное введение налоговых льгот;
- 3) наличие на рынке крупных компаний.

Арендаторы лесных участков недостаточно заинтересованы в воспроизводстве лесов, эффективном использовании лесосеки и развитии лесной инфраструктуры. Значительные первоначальные капитальные вложения при длительных сроках окупаемости связаны как с объективными климатическими особенностями, так и с избыточным регулированием в сферах капитального строительства, промышленной безопасности и экологии, а также дефицитом инфраструктуры.

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2018 г. № 1989-р «О Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 г.» включает основные цели [1]:

- 1) развитие лесной промышленности опережающими темпами относительно роста экономики в целом;
- 2) обеспечение комплексного использования лесного сырья с включением низкокачественной древесины;
- 3) обеспечение глубокой переработки на базе новых и модернизированных предприятий;
- 4) производство целлюлозы на экспорт и тарного картона, санитарно-гигиенических изделий для внутреннего рынка.

По материалам доклада Федеральной антимонопольной службы о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год среди важнейших мероприятий 2019 года на рынке леса и лесоматериалами следует, прежде всего, отметить развитие биржевых торгов лесными ресурсами в Удмуртской Республике, Республике Бурятия, Красноярском и Пермском крае, Иркутской и Новгородской областях [7, с. 83].

В Постановлении Правительства Российской Федерации от 23.02.2018 г. № 190 (ред. от 28.05.2020) «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов Российской Федерации» четко прописан порядок предоставления льготы за пользование лесными участками – от 3 до 10 лет в зависимости от объема инвестиций в проект [2].

Постановление Правительства Российской Федерации от 24.05.2019 г. № 651 «О внесении изменений в пункт 2 Положения о подготовке и утверждении перечня приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов» повышает минимальный размер инвестиций в проект в четыре раза, с 500 млн руб. до 2 млрд руб. по проектам, предполагающим модернизацию мощностей, и с 750 млн руб. до 3 млрд рублей по проектам создания новых производств [3]. Поддержка таким инвесторам оказывается достаточно серьезная: статус приоритетного инвестиционного проекта позволяет бизнесу получать лес без аукциона и со скидкой 50 %. За половину цены бизнес также может получить в аренду земельные участки.

Таким образом, основными направлениями развития конкуренции в лесном секторе экономики в современных условиях могут быть [7, с. 525]:

1) мероприятия по обеспечению открытости и публичности государственных и муниципальных торгов;

2) ценовая политика, способная выдерживать баланс интересов всех заинтересованных участников (Постановление Правительства РФ от 22.05.2007 № 310 (ред. от 06.01.2020) «О ставках платы за единицу объема лесных ресурсов и ставках платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности»);

3) доступ к ресурсам субъектов малого и среднего предпринимательства.

Конкурентная ситуация, в том числе и на рынке ЛПК, находится в постоянной динамике, поэтому у предприятий должна быть потребность в постоянном отслеживании конкурентных изменений на рынке. Только при этих условиях предприятия смогут правильно оценивать возможности, как конкурентов, так и свои, а также своевременно вырабатывать оптимальную стратегию, направленную на создание и поддержание собственного конкурентного преимущества.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2018 г. № 1989-р «О Стратегии развития лесного комплекса РФ до 2030 г.».
2. Постановление Правительства РФ от 23.02.2018 г. № 190 (ред. от 24.05.2019) «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов Российской Федерации».
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 24.05.2019 г. № 651 «О внесении изменений в пункт 2 Положения о подготовке и утверждении перечня приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов».
4. Приказ ФАС России от 28.04.2010 г. № 220 (ред. от 12.03.2020) «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке».

5. Гордеев Р.В., Пыжев А.И. Анализ глобальной конкурентоспособности российского лесопромышленного комплекса // ЭКО. – 2015. – № 6. – С. 109–130.
6. Колесникова А.В. Основные проблемы и вызовы в развитии отечественного лесного комплекса // ЭКО. – 2013. – № 11. – С. 5–25.
7. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год – М., 2020. – С. 83, 227-228, 232, 524-527.
8. Рейтинг РБК 500: весь бизнес России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbc500/>. – [06.09.2020]

Винникова Екатерина Валерьевна, студент гр. ФКмоз-181
Научный руководитель – Кудреватых Наталья Владимировна,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Состояние национальной финансово-экономической системы под влиянием современного глобального кризиса приводит к объективной необходимости реорганизации существующих систем и функциональных механизмов управления финансовыми ресурсами предприятия.

В настоящее время возрастает важность финансовой устойчивости предприятия как ключевого фактора обеспечения стабильности функционирования предприятия. Практика показывает, что успешные российские компании в первую очередь ориентированы на адаптацию к сложным рыночным условиям, определяя и оптимально применяя свои конкурентные преимущества на различных рынках и повышая их рыночную стоимость.

Изучая содержание категории «финансовые ресурсы компании», следует заметить, что существует множество других подходов к пониманию сущности данного понятия.

С. А. Черниговский определяет финансовые ресурсы как совокупность различных видов денежных средств и финансовых активов, которыми обладает предприятие, выступающие как конечный результат взаимодействия всех поступлений и затрат, а также распределения этих средств [1, С. 73].

В. В. Ковалев конкретизирует финансовые ресурсы в виде финансовых средств, доходов, накоплений и поступлений от собственника предприятия, чья основная цель состоит в том, чтобы выполнять имеющиеся финансовые обязательства с процессом расширения воспроизводства, увеличения объемов реализации продукции и удовлетворения потребностей работников [2, С. 109].

По данным Т. Б. Бердниковой финансовые ресурсы предприятия представляют собой финансовые средства, сочетание собственных и заем-

ных денег и их эквивалент в форме прямых денежных фондов, целью которых является обеспечение их хозяйственной деятельности в последующие периоды [3, С. 185].

Н. В. Колчина определяет финансовые ресурсы как совокупность своих денежных и внешних доходов, необходимых для полного и своевременного выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих расходов и затрат, связанных с расширением производства.

Интересное мнение о финансовых ресурсах предприятия имеет В. А. Слепов, который предлагает рассматривать их, как форму ценности, которая его обслуживает и по поводу которой складываются финансовые отношения между участниками процесса воспроизводства [4, С. 107].

В. В. Бочаров определяет финансовые ресурсы только в ограниченном объеме, ссылаясь при этом исключительно на собственные источники финансирования производства, которые продолжают быть доступны предприятию после выполнения всех существующих обязательств [5, С. 218]. Это толкование не совсем верно. Это связано с тем, что компания не является закрытой системой. Он взаимодействует с внешним миром и находится под непосредственным влиянием различных факторов. Как видим, эта интерпретация не охватывает поглощенные и поглощенные средства, которые в условиях финансово-экономического кризиса играют важную роль в обеспечении устойчивой работы.

Таким образом, анализ мнений различных авторов о содержании категории «финансовые ресурсы предприятия» позволяет систематизировать основные виды ресурсов.

Так большинство авторов различают следующие виды финансовых ресурсов компании по соответствующим источникам обучения: внутренние и внешние. Первая группа традиционно состоит из внутренних источников, которые формируются за свой счет. В этом случае целесообразно учитывать доход (прибыль от продажи товаров и оказания услуг, прибыль от финансовых операций, цели дохода и т. д.) и доход (амортизационные расходы, учредительные взносы, устойчивые обязательства, мобилизация внутренних ресурсов, страховой возврат и т. д.).

Следует отметить, что прибыль, которая остается в распоряжении предприятия может быть направлена на:

- потребление;
- реинвестирование в устойчивое развитие предприятия;
- инвестирование в различные проекты, не связанные с функциональной деятельностью предприятия и др. [6, С. 84].

Амортизационные отчисления – это денежное выражение стоимости потребления основных средств и нематериальных активов [7, С. 189]. Примечательно, что они характеризуются двойной природой. Это связано с тем, что они учитываются в производственных затратах, после чего они попадают на текущий счет вместе с выручкой от продаж и становятся внутренним источником финансирования как процесса воспроизводства.

Внешние источники должны быть дифференцированы по кредитам (кредиты, займы, займы, лизинг и др.) и привлеченные (бюджетные ресурсы, средства высших организаций, внутренние и зарубежные инвестиции, обязательства и т.д.). Однако следует отметить, что волатильность видов финансов на конкретном предприятии зависит от ее региона работы, отраслевой, организационной и правовой формы управления, количества сотрудников и других факторов [8, С. 243]. Поэтому финансовые ресурсы компании играют особую роль в ее устойчивом развитии. В научной литературе представлены внутренние источники финансовых ресурсов предприятия, которые должны быть дифференцированы по доходам и поступлениям, а также внешние источники, включая кредиты и привлеченные средства. В то же время оптимальная структура финансовых ресурсов напрямую влияет на финансовую стабильность предприятия и его стабильное развитие.

Список литературы

1. Черниговский С. А., Таркушина А. Б. Основы финансового анализа. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 276 с.
2. Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий): учебник для студентов вузов. – Москва: Проспект, 2015. – 352 с.
3. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. – Москва: ИНФРА – М, 2017. – 415 с.
4. Слепов В. А. Финансовое положение компании: учебное пособие. – Москва: Экономистъ, 2016. – 283 с.
5. Бочаров В. В. Комплексный финансовый анализ. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 432 с.
6. Хачатурян Н. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Конспект лекций. – Ростов-на-Дону: ФЕНИКС, 2017. – 292 с.
7. Гиляровская Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. – Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2016. – 360 с.
8. Вахрин, П. И. Финансовый анализ в коммерческих и некоммерческих организациях: учебное пособие для вузов. – Москва: Маркетинг, 2019. – 320 с.

Владыковская Софья Витальевна, студент гр. БЭс-164.
(Филиал КузГТУ в г. Междуреченске, г. Междуреченск)
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК

Развитие современной экономики способствует не только усилению кооперационных связей между хозяйствующими субъектами, но и обострению конкуренции между ними, в том числе и на рынке транспортных услуг. Одним из важнейших секторов его является рынок пассажирских авиаперевозок как один из наиболее динамично развивающихся рынков, что связано с необходимостью обеспечения постоянно укрепляющихся экономических, культурных и других связей между регионами [1]. Обобщив опыт российских исследователей в данной сфере [2-4], а также используя материалы Интернет-публикаций [5], мы полагаем, что оценку конкурентных преимуществ российских авиакомпаний можно провести по следующим параметрам: размеры и состав авиапарка компании, показатели пассажиропотока, уровень сервиса, включая профессионализм персонала авиалиний, от которых зависит комфорт пассажиров во время путешествия. Из 51 действующих в настоящее время на рынке российских авиаперевозчиков в качестве объектов исследования нами использованы 10 ведущих авиакомпаний по величине пассажирооборота по итогам 2019 года.

На рисунке 1 показана динамика пассажирооборота данных авиаперевозчиков.

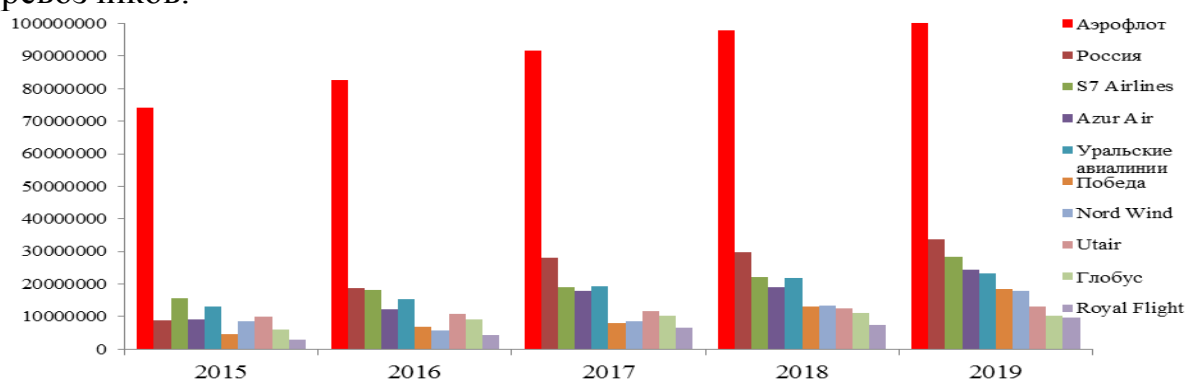


Рисунок 1 – Пассажирооборот ТОП-10 авиаперевозчиков России, тыс. пасс/км

В качестве периода исследования выбраны 2015-2019 годы, поскольку 2 авиакомпании, входящие на сегодня в ТОП-10, были основаны только в 2014 году («Победа» и «Azur Air»). Как видно из представленных данных, у всех авиаперевозчиков выросли объемы пассажирооборота, что указывает на укрепление их позиций на рынке, однако в анализируемом периоде наблюдалась нестабильная динамика данного показателя у авиакомпаний «Nord Wind» и «Глобус», продемонстрировавших спад в 2016 и 2019

годах соответственно. Наиболее значительные темпы увеличения пассажирооборота в целом за 5 лет отмечены у авиакомпаний «Россия» и «Победа» (почти 4 раза), максимальный внутригодовой прирост выявлен у авиакомпании «Россия» в 2016 году (2,1 раза).

На рисунке 2 показана динамика числа перевезенных пассажиров за аналогичных период. Как видно из представленных данных, в анализируемом периоде наблюдалась нестабильная динамика данного показателя у авиакомпаний «Россия», «Глобус», «Azur Air» и «Nord Wind», продемонстрировавших спад в 2018, 2019 и 2016 годах соответственно. Наиболее значительные темпы увеличения количества перевезенных пассажиров в целом за 5 лет отмечены у авиакомпаний «Royal Flight» и «Победа» (2,6 и 3 раза), максимальный внутригодовой прирост выявлен у авиакомпании «Nord Wind» в 2017 году (1,5 раза).

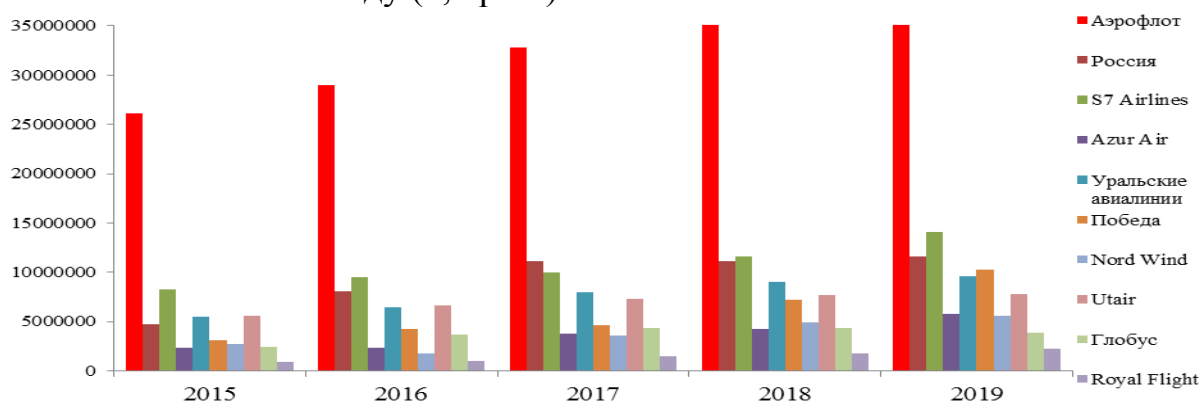


Рисунок 2 – Количество перевезенных пассажиров ТОП-10 авиаперевозчиков России, чел.

Далее сопоставим изменения в соотношении ранговых значений приведенных показателей у данных авиакомпаний (табл.1). Из данных таблицы видно, что в течение 5 лет конкурентные преимущества на рынке пассажирских авиаперевозок продемонстрировали авиакомпании «Azur Air» и «Победа», что дало возможность подняться по объему пассажирооборота первой с 6 места в 2015 году на 4 место в 2019, а второй – с 12 на 6 за это же время. Также существенно выросли преимущества у авиакомпании «Россия» (рост с 7 до 2 места) и «Royal Flight» (с 15 до 10). В то же время конкурентные преимущества были утрачены авиакомпаниями «Utair» и «Уральские авиалинии», спустившимися в рейтинге с 5 на 8 и с 4 на 5 места соответственно). Кроме того, отмечено, что совпадение ранговых значений по обоим показателям в каждом из лет анализируемого периода наблюдалось только у авиакомпании «Аэрофлот». Данное несоответствие показывает, что ряд авиакомпаний ориентируется на перелеты на близкие расстояния – это «S7 Airlines» (3 место по пассажирообороту и 2 по количеству пассажиров), «Победа» (6 и 4 соответственно) и «Utair» (8 и 6), – а, например, такая авиакомпания, как «Azur Air», наоборот, на пассажироперевозки на дальние расстояния (4 место по пассажирообороту и 7 по количеству пассажиров). Именно у этой авиакомпании отмечены

наиболее существенные колебания, а значит, переориентация на изменение дальности перевозок.

Таблица 1 – Ранговые значения пассажирооборота и количества перевезенных пассажиров ТОП-10 авиакомпаний России

Авиакомпания	Пассажирооборот					Перевезено пассажиров				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Аэрофлот	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Россия	7	2	2	2	2	6	3	2	3	3
S7 Airlines	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2
Azur Air	6	5	5	5	4	11	8	8	9	7
Уральские авиалинии	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5
Победа	12	8	9	7	6	7	6	6	6	4
Nord Wind	8	9	8	6	7	9	10	9	7	8
Utair	5	6	6	8	8	4	4	5	5	6
Глобус	10	7	7	9	9	10	7	7	8	9
Royal Flight	15	12	10	10	10	20	14	14	13	11

Далее проведем сравнительный анализ конкурентных преимуществ авиаперевозчиков по ценам на авиабилеты и вариациям предлагаемых тарифов и дат вылета [6].

Таблица 2 – Вариации цен и дат вылета ТОП-10 российских авиаперевозчиков

Авиакомпания	Цена, р.	Разброс цен, %	Вариация рейсов в период 29-31 августа 2020 года	Ранг
Аэрофлот	6574-8824	34	По 11 рейсов на каждую дату	8
Россия	4056-4208	4	По 3 рейса на каждую дату	4
S7 Airlines	2600-7000	69	По 10 рейсов на каждую дату	6
Azur Air	4130-5729	39	По 1 рейсу на каждую дату	5
Уральские авиалинии	2285-5815	154	По 10 рейсов на каждую дату	3
Победа	2299-3999	74	По 8 рейсов на каждую дату	2
Nord Wind	2879-2918	1	По 3 рейса на каждую дату	1
Utair	2685-8954	233	По 7 рейсов на каждую дату	7
Глобус	Не предлагается			10
Royal Flight	3507-3661	4	1 рейс на 1 дату	9

В качестве показателя для сравнения нами выбран рейс «Москва-Сочи», поскольку данный рейс выполняется всеми авиаперевозчиками, за исключением авиакомпании «Глобус» (компания работает по договорам с туристскими организациями на выполнение чартерных рейсов), эконом-класс, интервал дат 29-31 августа 2020 года, рассматриваем дату с минимальной ценой авиабилета. По результатам анализа неоспоримые конкурентные преимущества по цене и удобству вылета у авиакомпании «Nord Wind», а также у авиакомпании «Победа» (исходя из количества совершаемых рейсов). Наименьшие конкурентные преимущества по удобству вылета у авиакомпаний «Royal Flight» и «Глобус» по причине малого числа совершаемых рейсов и невозможности свободного приобретения соответственно.

В заключении выполним сравнительный анализ конкурентных преимуществ российских авиакомпаний ТОП-10 по параметрам «Размер авиапарка», «Число пунктов назначения», «Возраст на рынке авиаперевозчи-

ков», «Число происшествий, аварий», а также оценкам потребителей авиауслуг в сети «Интернет» [5].

Таблица 3 – Дополнительные параметры оценки конкурентных преимуществ российских авиакомпаний ТОП-10

Авиакомпания	Возраст на рынке, лет / число происшествий		Авиапарк / число пунктов назначения, ед.		Положительные / нейтральные оценки, %	
	Значение	Ранг	Значение	Ранг	Значение	Ранг
Аэрофлот	88 / 14 ¹	5-6	245 / 120	3	39 / 11	7
Россия	28 / 14 ²	5-6	54 / 53	7	51 / 11	3
S7 Airlines	28 / 4	2	106 / 205	1	46 / 9	4-6
Azur Air	6 / 5	9	30 / 40	8	53 / 11	2
Уральские авиалинии	27 / 2	1	48 / 55	6	33 / 8	10
Победа	6 / 3	7	31 / 67	5	39 / 10	8
Nord Wind	12 / 4	4	30 / 200	2	46 / 9	4-6
Utair	18 / 10	8	64 / 72	4	39 / 8	9
Глобус	12 / 2	3	23 / 20	9	46 / 9 ³	4-6
Royal Flight	6 / 7	10	14 / чартеры	10	56 / 9	1

Примечания: ¹ – данные с с 90-х гг. XX в.; ² – суммарно с «Аэрофлот»; ³ – суммарно с «S7 Airlines»

Таким образом, исследовав материалы Интернет-публикаций, можно сделать вывод о неоднозначной оценке конкурентных преимуществ авиакомпаний и наличии как сильных, так и слабых сторон практически у каждой из них. Значительная доля рынка авиаперевозок и авиапарк авиакомпании «Аэрофлот», длительная история работы на данном рынке, число совершаемых рейсов и география полетов, несомненно, позволяют ей занимать лидерские позиции. Однако среди авиаперевозчиков, входящих в ТОП-10, существуют перспективные компании, имеющие конкурентные преимущества относительно многолетнего лидера. К ним можно отнести: авиакомпании «S7 Airlines» и «Уральские авиалинии» по преимуществам в сфере безопасности полетов; авиакомпании «Nord Wind», «Уральские авиалинии» и «Победа», обладающими ценовыми преимуществами в формировании тарифов по совершаемым рейсам; авиакомпании «Azur Air» и «Royal Flight» с благоприятными для пассажиров условиями сервиса.

В заключении отметим, что оценка конкурентоспособности на рынке авиаперевозок на основе выявления сильных и слабых сторон в сравнении с аналогичными показателями конкурентов имеет важное значение для каждой авиакомпании независимо от ее положения в рейтинге в целях совершенствования различных аспектов ее деятельности.

Список литературы

1. Рекреационные ресурсы как фактор устойчивого развития туристских организаций / Левченко Т.П., Тюленева Т.А., Хасенова К.Е., Молдажанов М.Б. // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 3 (37). С. 204-211.
2. Ерченко, О. А. Конкурентное развитие российской авиакомпании в условиях глобализации: автофер. дисс... канд. экон. наук. Москва, 2008.

3. Веселова, Е. В. Конкурентоспособность российских авиакомпаний на международных рынках пассажирских авиаперевозок: автофер. дисс... канд. экон. наук. Москва, 2015.
4. Конкуренция на рынке авиаперевозок: заседание Правительства России. URL: <https://www.aex.ru/docs/6/2013/11/21/1927/> (дата обращения: 22.08.2020).
5. Материалы сайта «Airlines Inform». URL: <https://www.airlines-inform.ru> (дата обращения: 22.08.2020).
6. Материалы сайта «Яндекс Авиабилеты». URL: <https://avia.yandex.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).

Вязовцева Виктория Евгеньевна, Миронов Алексей Артёмович,
студенты гр. Ю-460.

Научный руководитель – Тихомирова Анжелика Витальевна,
к.ю.н., доцент
(ЮУрГУ (НИУ) г. Челябинск)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ – СОВРЕМЕННАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

«Антимонопольное законодательство должно быть готово своевременно и эффективно решать проблемы современной действительности. Для этого необходимо синхронизировать требования нового времени и закон» [1]. Эти слова принадлежат С.А. Пузыревскому, заместителю руководителя Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации, и как нельзя лучше отражают задачи, которые поставил перед обществом двадцать первый информационный век.

Безусловно, любые изменения в модели общественных отношений влекут за собой необходимость реформирования форм и методов контроля за такими отношениями, однако, ситуация, сложившаяся к настоящему времени, существенно отличается от ранее полученного опыта государственного строительства. Это отличие объясняется фактическим переходом в новое пространство – из «материального» в «цифровое», то есть, современные задачи имеют концептуально новую природу [2].

Процесс цифровизации неизбежно приводит к изменению специфики различных видов экономической деятельности, результатом чего становится невозможность дальнейшего применения старых методов контроля, и даже потеря актуальности используемых для этого технических средств. В частности, все большую роль в экономике сегодня играют информация и информационные технологии, а также интеллектуальная собственность. Этим же обусловлена и необходимость формирования новых профессиональных навыков у кадрового состава антимонопольных органов, выведе-

ние их на качественно новый уровень компетенции, отвечающий современным реалиям информационного общества.

Примером внедрения цифровизации в государственном управлении в целом является развитие действующего с 2009 года Портала государственных и муниципальных услуг Российской Федерации («Госуслуги») [3]. С помощью данного портала граждане в любое удобное для себя время могут получить дистанционный доступ к получению ряда услуг в электронном виде, снижая при этом собственные затраты (финансовые, временные), необходимые для получения результата. Кроме того, существенно снижается необходимый объем технической работы (заполнение бланков, личная передача документов и иных действий), благодаря чему, в свою очередь, значительно повышается общая эффективность деятельности государственных и муниципальных органов по предоставлению данных услуг.

Двигается по пути цифровизации своей деятельности и Федеральная антимонопольная служба России. Так, из числа предоставляемых ей и ее территориальными органами услуг, часть уже сегодня может быть выполнена в электронном виде [4]. К числу таких услуг относятся, например:

1) возбуждение и последующее рассмотрение дел, связанных с выявленными нарушениями антимонопольного законодательства Российской Федерации;

2) разрешение дел, возбужденных на основании нарушения законодательства Российской Федерации в сфере рекламы;

3) контроль за заключаемыми между субъектами экономической деятельности соглашениями, на предмет и их соответствия антимонопольному законодательству Российской Федерации;

4) контроль за деятельностью организаций, занимающихся установкой, заменой и обслуживанием приборов учета энергетических ресурсов, на предмет соответствия данной деятельности установленным требованиям о заключении соответствующих договоров.

Однако, при положительной динамике развития, остается и ряд услуг, которые по-прежнему оказываются исключительно в режиме оффлайн. Для выполнения данных функций, в частности, может быть создано собственное специализированное программное обеспечение, позволяющее вести соответствующую деятельность в электронном формате [5]. Такими функциями являются, например:

1) осуществление проверочных мероприятий в области соблюдения законодательных требований, предъявляемых к рекламе на территории Российской Федерации;

2) выполнение проверок в части соблюдения требований действующего антимонопольного законодательства Российской Федерации;

3) установление факта существования доминирующего положения того или иного субъекта экономической деятельности в ходе

рассмотрения поступивших заявлений, материалов, дел о нарушениях в области антимонопольного законодательства, а также в ходе проведения мер государственного контроля за экономической концентрацией.

Данное обстоятельство способно создать Федеральной антимонопольной службе ряд существенных затруднений в ее деятельности, поскольку, например, сфера рекламы сегодня все больше смещается в электронное сетевое пространство, как с точки зрения субъекта-рекламодателя, так и с точки зрения места размещения самой рекламы. В частности, в число наиболее популярных площадок для размещения рекламы с наибольшим охватом аудитории, входят социальные сети.

Актуальным примером является и ситуация, сложившаяся в связи с пандемией COVID-19 2020 года, поскольку, в результате введенных карантинных мер и снижения физического взаимодействия лиц, большая часть предпринимателей адаптировала свою деятельность к электронной сфере. Опыт текущего года обнажил проблему неготовности Российской Федерации к полному и качественному переходу к цифровой экономике, в том числе, в части государственного регулирования экономической деятельности и антимонопольного законодательства. Однако, это не значит, что для восполнения существующих пробелов имеет смысл слепое заимствование наработок и технологий иностранных государств. Напротив, вместо этого, необходимо вести планомерную работу по разработке и созданию собственных технологий и алгоритмов действий в подобных ситуациях [6].

Только такой подход позволит не только обеспечить информационный суверенитет Российской Федерации, но и дать ей конкурентное преимущество и вывести на лидирующие позиции на мировом рынке информационных технологий.

Список литературы

1. Пузыревский С.А. Цифровая экономика должна формироваться на принципах честной конкуренции [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/26270> (дата обращения: 04.09.2020).
2. Величко А.Ю. Контрольно-надзорная деятельность государства: система и ее элементы // Государство и право. 2008. № 1. С. 101.
3. Портал государственных и муниципальных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <https://www.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 04.09.2020).
4. ФАС России. Электронные и неэлектронные услуги и функции [Электронный ресурс] // URL: https://fas.gov.ru/pages/elektronnie_i_neelectronnie_uslugi (дата обращения: 04.09.2020).
5. Сушкевич А.Г. Институты конкурентного права и новая экономика: как добиться соответствия // Законы России: опыт, анализ, практика. 2016. № 3. С. 21-34.

6. Самолысов П.В. Факторы, способствующие повышению конкурентоспособности российских информационных и коммуникационных технологий // Право и цифровая экономика. 2019. №. 2 (04). С. 5-11.
7. Самолысов П.В. Государственный антимонопольный контроль перед вызовами цифровой экономики // Systems and Management. 2020. Т. 2. № 1. С. 144-160.
8. Петровский Н.М., Мазурова Л.И. Цифровизация в сфере антимонопольного регулирования // Теология. Философия. Право. 2018. № 2 (6). С. 137-146.
9. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год (версия от 24.08.2020) [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/documents/687048> (дата обращения: 05.09.2020).

Гавринева Наталья Сергеевна, студент гр. ЭКФ-Э-41.
Научный руководитель – Чернованова Надежда Викторовна, к.э.н., доцент
(ВолГАУ, г. Волгоград)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА: ПРИМЕРЫ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ

Реклама как один из видов продвижения товара на потребительском рынке, способна оказывать сильное воздействие на покупателя и стимулировать спрос на рекламируемый товар. Ученые не раз доказывали значение рекламы для продажи товаров на рынке. По статистике почти 84 % товаров приобретается покупателями импульсивно благодаря разрекламированности товаров. Поэтому продавцы, понимая данные тенденции, стремятся еще больше использовать различные сферы действия, только бышний раз продемонстрировать свой товар либо в сети интернет, либо по радио-, теле – технологиям.

В соответствии с ФЗ «О рекламе» реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Важное отличие рекламы от любой другой информации в том, что своей целью реклама преследует привлечение внимания данному товару [1].

К рекламе применяются специальные правила, и особая ответственность за нарушение данных правил. Общие требования, предъявляемые к рекламе, перечислены в ст. 5 Федерального закона «О рекламе». Так, реклама не должна: побуждать к совершению противоправных действий, содержать нецензурные выражения и т. д. И здесь возникает вопрос, на что готов пойти производитель или продавец, чтобы осуществить сбыт своей продукции?

Рекламопроизводители и рекламораспространители зачастую создают рекламные ролики, плакаты, нарушая специальные правила.

Реклама может ввести в заблуждение потребителя. Может нанести вред лицам, обществу или государству по причине неточности, недостоверности информации. Она может умолчать о недостатках или преувеличить достоинства, может нарушить условия и требования по времени, месту и методу её распространения [3]. Именно это и называют недобросовестной рекламой. Так, Волгоградским УФАС России рассмотрены обращения граждан, касающиеся действий сети магазинов «Sunlight» по введению потребителей в заблуждение относительно ликвидации магазинов данной сети.

По мнению одного из заявителей, данная акция может быть пиар-акцией, поскольку это не первый случай, когда «Sunlight» объявляет ликвидацию.

Информация о «закрытии» сети магазинов «Sunlight» распространялась на территории всей Российской Федерации, в том числе посредством рекламы, на сайте компании, в самих магазинах сети.

Аналогичное заявление гражданина поступило также в Удмуртское УФАС России, там в качестве заявителя выступил предприниматель, который указал, что распространение недостоверной информации о закрытии и ликвидации отдела/магазина сети «Sunlight» приводит к недобросовестному вытеснению местных ювелирных салонов, относящихся к микробизнесу. Так, он, как владелец местной ювелирной сети, вынужден закрывать свои торговые отделы, находящиеся в том же торговом центре, что магазин сети «Sunlight» и увольнять персонал из-за такого рода политики конкурента.

ФАС России поручила Волгоградскому УФАС рассмотреть все указанные заявления о нарушении антимонопольного законодательства со стороны сети магазинов «Sunlight» по существу [4].

Поэтому очень важно выработать механизм борьбы с недобросовестной рекламой.

Первостепенную роль по борьбе с данными тенденциями ведет антимонопольный орган, который проводит проверки и осуществляет надзор. Однако сейчас огромное количество организаций, которые размещают свою рекламу. Поэтому не всегда удается уследить за нарушениями правил. Необходимо развивать возможности для граждан самим бороться с недобросовестной рекламой и повышать их заинтересованность обратиться в антимонопольный орган с информацией о рекламе, нарушающей требования закона.

Здесь можно выработать механизм борьбы, основанный на доступе населения в интернет. Так, в Шанхае давно используют специальную сервисную программу. Граждане могут фотографировать расклеенные по городу и нарисованные на асфальте объявления с номерами телефонов рекламодателей. Сервис автоматически определяет номер по фотографии, а

затем перезванивает по номеру, сообщает компании о нарушении законодательства о размещении рекламы и предлагает снять объявление под угрозой обращения в полицию. Также после отказа компании снять объявления, сервис мог бы автоматически передавать информацию правоохранительным органам или в антимонопольный орган.

Также нужно повышать заинтересованность граждан обращаться в различные органы с информацией о недобросовестной рекламе, ведь вред, причиненный от такой информации, может быть невероятным. Здесь нужно систематически проводить занятия в школах, университетах, различных компаниях о вреде такой рекламы, и том, насколько важно сообщать в правоохранительные органы о нарушении законодательства. Данные тенденции будут не только помогать бороться с рекламой, нарушающей правила, но и повышать правовую культуру населения.

Список литературы

1. Административный регламент Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по проведению проверок соблюдения требований антимонопольного законодательства. – М.: КноРус, 2014. – 215 с.
2. Ибрагимова Г. Ш. Недобросовестная реклама как научная проблема / Г. Ш. Ибрагимова. – Текст: непосредственный // Новый юридический вестник. – 2017. – № 1 (1). – С. 37-39. – URL: <https://moluch.ru/th/9/archive/66/2389/> (дата обращения: 07.09.2020).
3. Смирнова, О. О. Антимонопольное регулирование розничной торговли продовольственными товарами / О.О. Смирнова. – М.: Синергия, 2014. – 622 с.
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ [Электронный ресурс] // Доступ из справочно-правовой системы «Консультант-Плюс» (дата обращения: 06.09.2020).

Гаджиев Арсланхан Магомедрасулович, студент гр. БЭС-164
(Филиал КузГТУ в г. Междуреченске, г. Междуреченск)

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВЕДУЩИХ ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Современные российские туроператоры активно внедряют новые технологии для повышения своей конкурентоспособности на мировом рынке туристских услуг. Их конкурентоспособность формируется за счет обеспечения определенных конкурентных преимуществ, создающих определенное превосходство над подобными услугами других продавцов. Создание конкурентных преимуществ связано с разработкой комплекса мер в

области качества услуг, цены, стимулирования, обеспечивающего превосходство над аналогичными действиями конкурентов [1-3]. Поскольку деятельность туроператоров ориентирована на потребителя туристических услуг, мы полагаем, что оценку их конкурентоспособности можно дать на основе изучения рейтинга надежности и ценовой привлекательности.

В рейтинге надежности 2020 года, опубликованном в сети Интернет [4], участвовало 14 крупнейших туроператоров, которые были оценены по 10 основным критериям, результаты оценки представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты рейтинговой оценки надежности ведущих туроператоров России

Туроператор	Количество направлений	Собственные принимающие компании	Отели на гарантии	Доля недовольных клиентов	Чей продукт предлагается	Размер финансовых гарантий	Рейтинг надежности страховой компании	Агентская сеть под брендом	Принадлежность к международному холдингу	Договоренности с авиакомпаниями	Итого
Anex Tour	10	10	10	8	10	10	10	10	10	10	98
TUI	8	10	10	10	10	10	10	8	10	10	96
Coral Travel	8	10	10	10	10	10	6	10	10	10	92
TEZ Tour	6	10	10	10	10	8	10	8	10	10	92
PEGAS Touristik	8	10	10	8	10	10	10	6	10	10	92
NTK-Intourist	6	10	10	6	10	8	10	8	10	10	88
Библио-Глобус	10	10	10	8	10	8	10	6	6	10	86
ICS Travel Group	10	10	8	8	10	8	10	6	6	10	86
Sunmar Tour	4	10	10	8	10	8	6	8	10	10	86
Vedi Tour Group	6	10	10	8	10	8	6	4	10	10	82
Mouzenidis Travel	4	10	10	8	10	6	2	6	10	10	76
PAC Group	6	10	8	8	10	8	6	6	6	8	76
Space Travel	6	10	10	0	10	8	10	2	10	8	74
Amigo S	6	4	6	8	10	8	10	4	6	6	68

По ее данным можно оценить конкурентные преимущества и недостатки каждого из туроператоров. Так, лидирующие позиции по критерию «Количество направлений» занимают туроператоры «Anex Tour», предлагающий туры по 52 направлениям России и мира, «Библио-Глобус» – 53 направления и «ICS Travel Group» с более чем 60 направлениями, при этом у 11 других туроператоров количество направлений не превышает 40. По

критериям «Собственные принимающие компании» и «Чей продукт предлагается» (собственный, с наличием своей доли или «перекупщик») все 14 туроператоров имеют в равной степени сильные позиции, набрав максимальное количество критериальных баллов. Наиболее сильные конкурентные позиции в рейтинге надежности имеет туроператор «Anex Tour» – 98 баллов из 100 возможных, однако у данного оператора относительно высокая доля отрицательных отзывов клиентов по сравнению с более высокими показателями в рейтинге у туроператоров «TUI», «Coral Travel» и «TEZ Tour». 2 балла в рейтинге самому надежному туроператору уступает «TUI» по количеству направлений и учреждений агентской сети под своим брендом. На 3 месте в рейтинге надежности находятся сразу 3 ведущих туроператора – «TEZ Tour», «Pegas Touristik» и «Coral Travel», последний из упомянутых имеет превосходство по количеству учреждений агентской сети, а два других – по надежности страховой компании, предоставившей обеспечение.

У 3 туроператоров с равным числом рейтинговых баллов – «Библио-Глобус», «ICS Travel Group» и «Sunmar Tour» также можно найти разнонаправленные сильные и слабые стороны. Так, преимуществом последнего из перечисленных относительно 2 других является принадлежность к крупному международному холдингу, однако у него меньшее число направлений и более низкий рейтинг надежности страховщика.

Остановимся подробнее на такой составляющей рейтинга надежности, как «Доля недовольных клиентов», поскольку в силу специфики обслуживаемого рынка (физические лица) именно он имеет большое значение для рассмотрения потребителями возможности повторного обращения за турпродуктом и рекомендаций сотрудничества с конкретным туроператором. Результаты количественной оценки данного критерия представлены на рисунке 1.

Если подробно рассмотреть значения данного показателя, то видно, что лидер рейтинга надежности – туроператор «Anex Tour» – обладает средними величинами с долей отрицательных отзывов 4,54 %, самые хорошие показатели имеют туроператоры «TEZ Tour» (1,07 %), «Coral Travel» (1,66 %) и «TUI» (1,95 %).

Далее проведем сравнительный анализ конкурентных преимуществ туроператоров по ценам на предлагаемые турпродукты. Для этого рассмотрим 6 стран Европы, так как все туроператоры из исследуемого перечня работают с данным направлением, даты тура – 12-25.10.2020, параметры: отель 3*, 2 туриста, ВВ, без перелета (таблица 2).

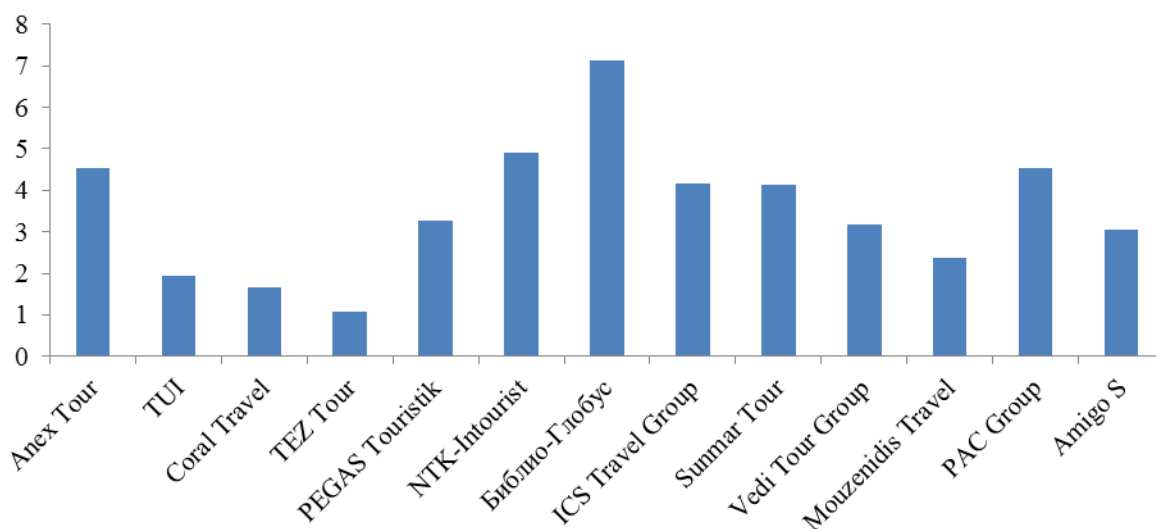


Рисунок 1 – Количественные значения критерия надежности «Доля недовольных клиентов», % [4]

Таблица 2 – Вариации цен на турпродукты ТОП-14 ведущих туроператоров в рейтинге надежности [5]

Туроператор	Испания	Черногория	Греция	Турция	Италия	Кипр
Anex Tour	100547		69093	38855		86044
TUI	42217	50172	39234	23866	97722	39234
Coral Travel	89855	79684				60694
TEZ Tour	59400		45540	19080	27900	50580
PEGAS Touristik			36299	20499		62721
NTK-Intourist	50059		87829	32981		
Библио-Глобус	57560	50331	24759	21145	18886	41385
ICS Travel Group	94063		44908	10710	18524	55390
Sunmar Tour	89044	78314	65616	48983		78687
Vedi Tour Group	60179			63161	101022	
Mouzenidis Travel	70208		33072	12740	43192	56294
PAC Group		84395			92618	
Space Travel	54306	40301	46987	29277	82679	66053
Amigo S	41795	42904			67640	54788

Если проанализировать данную выборку, можно заключить, что из 14 туроператоров только 3 реализуют туры по всем 6 направлениям – это «TUI», «Space Travel» и «Библио-Глобус». Ценовой диапазон предлагаемых туров существенно различается, и невозможно выбрать среди них какого-то одного туроператора, который бы все туры предлагал по минимальной цене. Если ориентироваться на разброс цен, то наиболее приемлемыми из представленной выборки можно назвать цены, предлагаемые туроператором «Библио-Глобус»/

Таким образом, исследовав материалы Интернет-публикаций, можно сделать вывод о неоднозначной оценке конкурентных преимуществ туроператоров и наличии как сильных, так и слабых сторон практически у каждого из них. Значительное число направлений продаж турпродуктов, стра-

ховое обеспечение, несомненно, позволяют им занимать лидерские позиции. Однако таким туроператорам не следует забывать и о таком показателе, как качество обслуживания клиентов, который отражается на характере отзывов потребителей турпродуктов. Кроме того, принятие во внимание оптимальности цен на предлагаемые туристические услуги имеет важное значение для каждого туроператора независимо от его положения в рейтинге в целях совершенствования различных аспектов деятельности.

Список литературы

1. Рекреационные ресурсы как фактор устойчивого развития туристских организаций / Левченко Т.П., Тюленева Т.А., Хасенова К.Е., Молдажанов М.Б. // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 3 (37). С. 204-211.
2. Формирование конкурентоспособности туристических услуг / Ж.М. Шакина, А.Т. Глеубердинова // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 6.
3. Управление конкурентоспособностью предприятий на мировом рынке туристских услуг / К.Б. Костин, К.И. Димитров // Экономические отношения, 2019. № 9. С. 2180-2187.
4. Рейтинг надежности туроператоров. URL: <https://kemerovo.travelata.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
5. Сервис сравнения туров. URL: <https://sletat.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).

Гао Юйфэн, студент гр. ГЭМО-01-18

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор (МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВНУТРИФИРМЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КНР

Основные условия контроля внутреннего финансового положения предприятия охватывают следующие аспекты:

1. Формирование организационной системы гарантии. Создание системы внутреннего финансового контроля является надежной гарантией осуществления внутреннего финансового контроля предприятия и может эффективно содействовать упорядоченному выполнению мероприятий внутреннего финансового контроля [1].
2. Создать основу звуковой системы. Только тогда, когда система разработана и строго внедрена, внутренний финансовый контроль на предприятии может быть успешно осуществлен. Надежная система может

успешно достичь цели внутреннего финансового контроля предприятия и сделать работу контроля более эффективной [2].

3. Уточнить цели на всех уровнях. При контроле внутренних финансов обязательно используйте комплексные финансовые цели в качестве базовых условий и четко определите все целевые задачи, которые необходимо выполнить [3].

4. Усилить обратную связь. Точная и своевременная информация является основной гарантией осуществления внутреннего финансового контроля, которая должна основываться на данных бухгалтерского учета для отслеживания ситуации в каждом отделе, анализа существующей службы, выяснения причины и своевременного ее устранения [4].

5. Улучшить систему вознаграждений. Система вознаграждений является важным фактором для обеспечения долгосрочного и эффективного функционирования внутреннего финансового контроля, она должна устанавливать справедливый и разумный стандарт вознаграждения и постоянно совершенствовать механизм вознаграждения [5, 6].

Существует четыре характеристики внутреннего финансового контроля на промышленных предприятиях КНР:

1. Внутренний финансовый контроль – это применение теории внутреннего контроля к управлению финансами, так что внутренняя финансовая деятельность предприятия более стандартизирована, а финансовое поведение подлежит необходимому контролю и объективной оценке. Благодаря внедрению внутреннего финансового менеджмента компании могут продвигаться к достижению ожидаемых экономических целей [7].

2. Внедрение внутреннего финансового контроля направлено на снижение финансовых затрат. Для предприятия внутренний финансовый контроль занимает важное место в его внутренней структуре корпоративного управления. Это применение соответствующей теории контроля в управлении контролем предприятия [8, 9].

3. Внутренний финансовый контроль – это процесс, который позволяет руководству предприятия развиваться в соответствии с установленными целями, но сам по себе является средством, а не целью [10].

4. Внутренний финансовый контроль связан не с конкретным экономическим бизнесом, а с реализацией общих целей финансовой оптимизации и контроля над операционной деятельностью и взаимоотношениями ответственных подразделений, которые могут не только интегрировать различные предприятия [11].

Таким образом, нами в ходе нашего магистерского исследования были выявлены ключевые особенности осуществления внутрифирменного финансового контроля для повышения конкурентоспособности промышленных предприятий.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
5. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
6. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. T. 7. № 4.38. С. 456-458.
7. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
8. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
9. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
10. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика». 2019. С. 304-309.
11. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 73-86.

Гараева Зинят Надыр кызы, магистр гр. СУмоз -201.
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ ООО «ЗАПСИБСТРОЙ»

В современных условиях конкурентоспособность предприятия во многом определяется его финансовым состоянием. Предприятию важно принимать своевременные меры и использовать механизмы финансовой стабилизации для оптимизации своей деятельности.

Финансовое положение является важной составляющей деловой активности и надежности компании. Оно предопределяет конкурентоспособность предприятия и его возможность в деловом сотрудничестве, выступает гарантом успешной реализации экономических интересов совершенно всех соучастников хозяйственной деятельности как самого предприятия, в частности и его партнеров.

Главное место в системе антикризисного управления, по мнению Зубковой В.И., соответствуют определенные внутренние механизмы, подразделяющиеся на оперативные, тактические, стратегические [1].

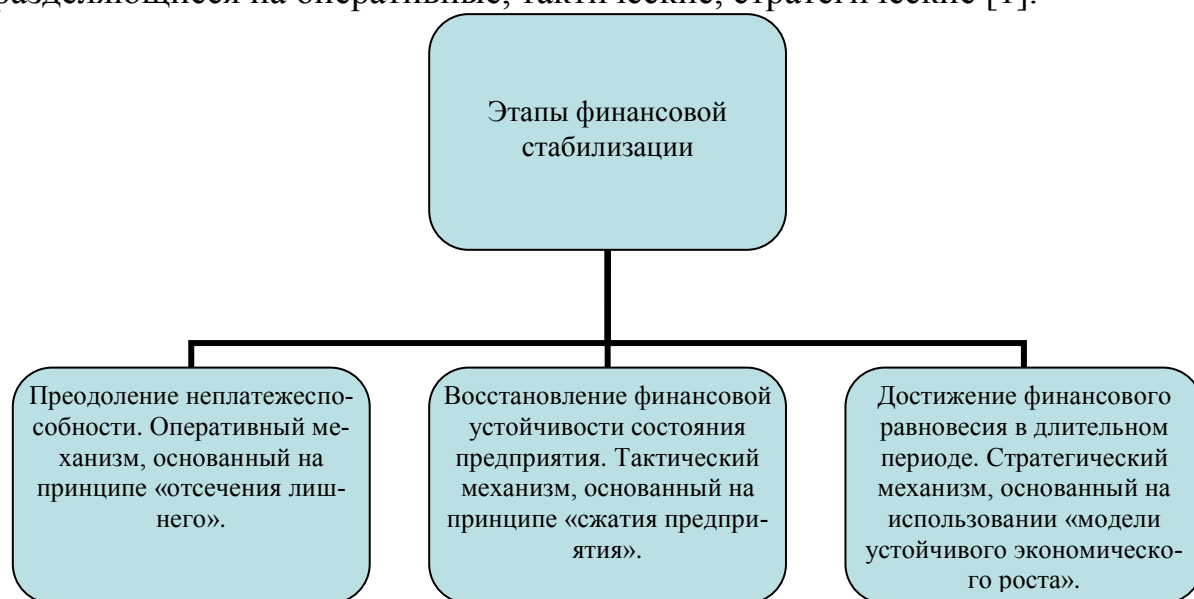


Рисунок 1 – Классификация механизмов финансовой стабилизации организации в кризисной ситуации

Финансовая стабилизация и финансовое развитие предприятия являются основой ее благополучия. На современном этапе развития экономики финансовое состояние значительной части российских предприятий является неустойчивым.

На основе анализа бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах был проведен анализ показателей финансовой стабильности предприятия.

Определена сфера деятельности предприятия: более 100 видов работ, в том числе общестроительные, санитарно-технические, специальные.

Анализ основных технико-экономических показателей показал, что предприятие в анализируемом периоде является прибыльным, наблюдается увеличение выручки за 2017-2019 гг. на 24,44%, в тоже время наблюдается рост себестоимости на 15% и среднегодовой дебиторской задолженности на 4%.

Большое значение для оценки финансового состояния предприятия, имеет оценка его деловой активности.

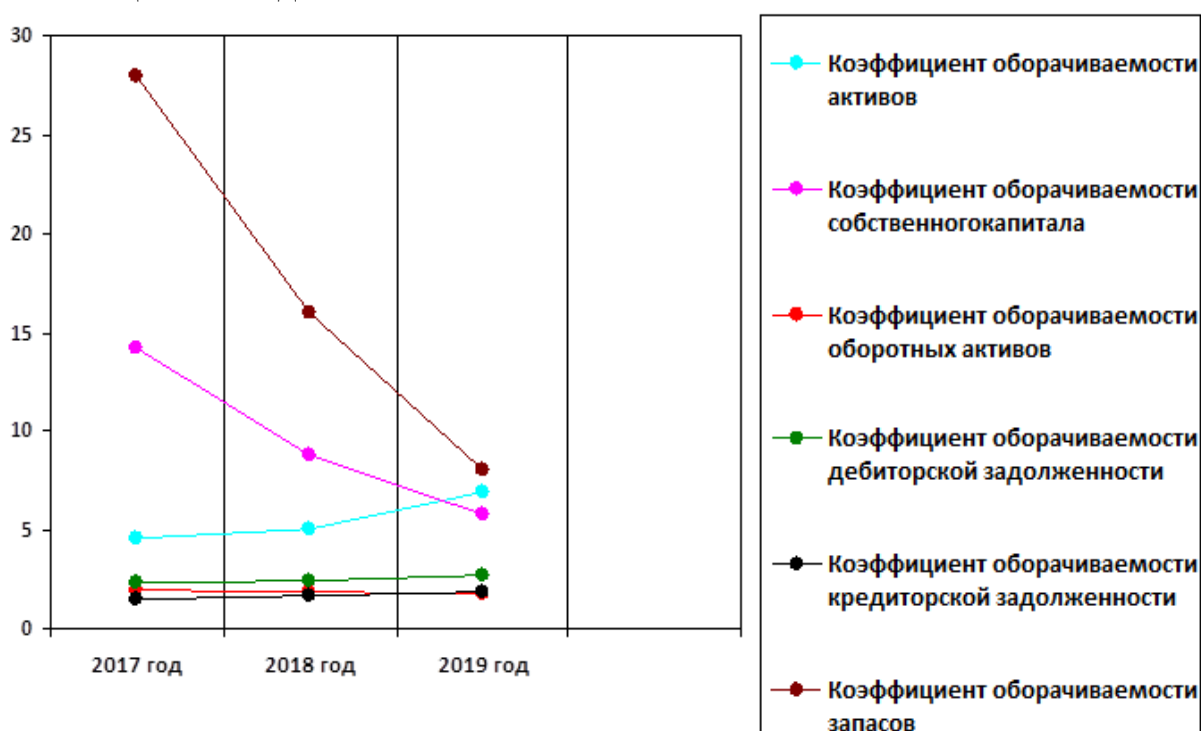


Рисунок 2 – Динамика деловой активности ООО «Запсибстрой»

Снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала прогнозирует предприятию такие проблемы, как снижение финансовой устойчивости, повышение долговой нагрузки, рост вероятности просрочить очередной платеж по обязательствам, повышение риска утраты платежеспособности и последующего банкротства [3].

На основе полученных данных, были выявлены риски, связанные с утратой платежеспособности, финансовой устойчивости, и были предложены мероприятия по финансовой стабилизации ООО «Запсибстрой», направленные на улучшение финансового состояния предприятия.

Предлагается применение факторинга с целью уменьшения дебиторской задолженности.

ПАО «Сбербанк» был выбран в качестве коммерческого банка. Расчеты применения факторинга представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Расчет применения факторинга на ООО «Запсибстрой»

Дополнительные расходы предприятия	Расчет	Значение, рубли
1. Комиссионная плата	$10\,000\,000 * 0,02$	200 000
2. Плата за пользование кредитом	$10\,000\,000 * 0,9 = 9\,000\,000$	1 440 000
Итого дополнительные расходы предприятия по осуществлению факторинговой операции	$200\,000 + 1\,440\,000$	1 640 000

С учетом рассчитанной суммы дополнительных расходов на осуществление факторинговой операции определим их уровень по отношению к дополнительно полученным денежным активам (в %).

$$1.640.000 / 9.000.000 * 100 = 18,22\%$$

Сопоставляя полученный показатель (18,2%) со средним уровнем процентной ставки за кредит (22%) мы видим, что осуществление факторинговой операции для предприятия более выгодно, чем получение финансового кредита на период оплаты долга покупателем услуги.

Подобный процент быстро окупится за счет своевременного получения требуемых по платежным документам сумм, которые сразу же можно ввести в оборот и использовать для закупки новых товаров с последующей их реализацией.

Благодаря этому исключены простои в деятельности компании, просрочка налоговых платежей и возникновение других неприятных факторов, отрицательно влияющих на работу предприятия.

Таким образом, проведение факторинговых операций, снизит величину дебиторской задолженности, а высвободившееся средства позволит направить на погашение кредиторской задолженности предприятия.

Список литературы

1. Зубкова В.И. Финансовая стабилизация предприятия // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции - 2016 - № 4, с.61-67.
2. Черноусова А.В., Бугрова С.М. Анализ подходов к сущности конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». 18-21 апреля 2017. – КузГТУ, Кемерово, 2017.

3. Филиппова Ю.В. Финансовая стабилизация в системе антикризисного управления организации / Филиппова Ю.В. – Текст: непосредственный // Творчество молодых ученых. – 2018. – № 4. – С.179-182.

Гнездилова Евгения Александровна, студент гр. БЭсз-151.2
Научный руководитель – Казаченко Светлана Ивановна
(филиал КузГТУ в г. Прокопьевске)

АСПЕКТЫ БАНКРОТСТВА И НЕИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ООО «ШАХТА ИМ. ДЗЕРЖИНСКОГО»

Шахта имени Дзержинского в Прокопьевске была одной из старейших шахт города (последней из них) и добывала ценный уголь коксующихся марок К и КС. Оценка вероятности банкротства ООО «Шахта им. Дзержинского» на основе его отчётности за период 2017 – 2019 гг. по нескольким методикам разных экономистов [1-3, 7, 8] показала максимальную степень вероятности банкротства предприятия. Это неудивительно: по данным информационных порталов по раскрытию информации, а также Единого федерального реестра сведений о банкротстве, предприятие с 2007 года находится в стадии ликвидации (конкурсного производства).

Срок конкурсного производства в отношении должника неоднократно продлевался судом и продолжается и по сей день. Это явилось одним из «исключительных случаев» и, прежде всего, обусловлено спецификой деятельности предприятия. В последние несколько лет это было вызвано, с одной стороны, необходимостью формирования конкурсной массы и реализации имущества на торгах, с другой – многочисленными жалобами заинтересованных сторон касательно сделок должника, а также действий (бездействия) неоднократно сменявшихся конкурсных управляющих.

Как следует из материалов дела, в настоящее время текущая хозяйственная деятельность на шахте остановлена, работники должника уволены, а имущество распродано посредством торгов. Любопытно, что имущество компании, движимое и недвижимое (в т.ч. земельные участки с расположенными на них зданиями и сооружениями, горные выработки), после нескольких лет безуспешных торгов было выкуплено практически за символические суммы, а покупателями явились профильные организации (основная из которых ООО «Энергия-НК», принадлежащая компании «МелТЭК»), а также владельцы транспортных и строительных компаний.

Действия заинтересованных сторон, а также факт наличия запасов угля на приобретаемых участках может косвенно свидетельствовать об определённых инвестиционных планах покупателей относительно их развития. Тем более, что те же действия были уже предприняты ими в отношении участка шахты «Зенковская» [6]. А значит, закрытие шахты им. Дзержинского явилось следствием не исчерпания запасов, а, прежде всего, неэффективного хозяйствования.

Можно попытаться привести примеры мероприятий, которые могли быть направлены на выход из кризисного состояния, точнее, из зоны банкротства ООО «Шахта им. Дзержинского».

Самым сложным (с точки зрения капиталоемкости и трудоёмкости) и самым необходимым из этих мероприятий является трансформация производства, так как добыча подземным способом в условиях крутопадающих пластов уже много лет требовала слишком больших затрат, вследствие чего была неэффективна. Без помощи со стороны инвесторов, органов власти предприятие, на момент наступления кризисной ситуации, не смогло бы решить подобную задачу.

Помимо этого, для восстановления платежеспособности и повышения эффективности работы ООО «Шахта им. Дзержинского» необходимо было провести ряд организационных мероприятий, направленных, с одной стороны, на уменьшение финансовых обязательств, а с другой, на увеличение денежных активов, обеспечивающих эти обязательства.

К примеру, одним из таких мероприятий могла быть сдача в аренду неиспользуемых площадей, ранее выкупленных и долго пустующих боксов гаражей, подсобных помещений, складов, нежилых помещений. Таким образом, можно было снизить или ликвидировать затраты, связанные с налогом и обслуживанием неиспользуемых основных фондов [11].

Другим важным мероприятием является снижение дебиторской задолженности за оказание услуг теплоснабжения, оказание грузоперевозок, выполнение ремонта. Размер дебиторской задолженности на конец 2019 г. составил всего лишь 151436 тыс. руб., что на тот момент было уже несопоставимо с уровнем обязательств предприятия.

В условиях финансового кризиса предприятие не может полностью отказаться от реализации товаров и продукции в рассрочку, потому что это всегда приводит к незамедлительному сокращению объемов продаж [5]. Поэтому такие мероприятия надо было начинать годами ранее в целях своевременного улучшения состояния активов ООО «Шахта им. Дзержинского».

Чтобы наладить взаимоотношения с дебиторами, можно порекомендовать реализовать такие действия:

1. Необходимо инвентаризировать дебиторов компании. Для этого необходимо уточнить размер дебиторской задолженности, а также сроки погашения по каждому из контрагентов. Здесь же на этом этапе инвентаризации необходимо провести оценку вероятности появления безнадежной задолженности. Следующим этапом должно быть применение методов воздействия на контрагентов в зависимости от того, в каком состоянии находится такая задолженность, например, время просрочки, размер и так далее.

2. Исследование вариантов реализации дебиторской задолженности компании-фактору (использование факторинговых сделок).

3. Рассмотрение и разработка принципов оценки кредитоспособности покупателей, а также, по рекомендации налоговой службы, проверка их на благонадёжность. Для вновь привлеченных клиентов – регулирование условий поставки, варианты полной или частичной предоплаты.

4. Разработка шкалы скидок за досрочное погашение контрагентами своей задолженности.

5. Прогнозирование движения потоков денежных средств и утверждение схемы расчётов с контрагентами.

Необходимо отметить, что дебиторскую задолженность можно назвать активом только в том случае, если имеется вероятность её погашения дебиторами. Когда отсутствует вероятность погашения такой задолженности, то сумму этой дебиторской задолженности лучше списать. Может оказаться так, что задолженность никак нельзя правильно и объективно оценить, определить сумму дебиторской задолженности, тогда не признавать её активом и не отображать в балансе предприятия [8].

Эти мероприятия, при их заблаговременном внедрении на рассматриваемом предприятии, могли повысить долю денежных средств, ускорить оборачиваемость оборотных средств предприятия, повысить его платёжеспособность.

Ещё одним мероприятием могло стать создание службы внутреннего аудита, в том числе, в производственной сфере, обеспечив необходимый контроль ресурсов предприятия. Для этого могли быть привлечены имевшиеся на предприятии высококвалифицированные работники с большим стажем работы. К примеру, экономисту из ПЭО необходимо было передать свои функции другому сотруднику и вменить в обязанности функции аудитора. Все это закрепить приказом и новыми должностными инструкциями по согласованию с работником [7].

Внутренний аудит направлен на проверку финансовой отчетности, бухгалтерских процедур и сохранности активов компании. При этом отдел внутреннего аудита является подразделением финансового отдела, а менеджер по внутреннему аудиту подчинен финансовому директору компании или подразделения. Аудит формально зависит от высокопоставленного функционального руководителя компании, который несет ответственность за состояние внутреннего контроля [5].

В таблице 1 показаны цели предлагаемых мероприятий.

При условии привлечения внешних инвестиций могло понадобиться и формирование новой стратегии развития предприятия, которые при комплексном и планомерном подходе к их внедрению принесли бы огромный эффект на будущую перспективу.

Прежде всего, следует подчеркнуть необходимость своевременной реализации указанных мер. Уровень постоянных затрат на шахтах очень высок, а это значит, что даже при сокращении производства предприятие продолжает накапливать долги и убытки. Упустить момент реализации

финансовых возможностей для таких предприятий означает, так сказать, подписать себе «приговор» о банкротстве ещё до суда.

Таблица 1 – Цели предлагаемых антикризисных мероприятий на ООО «Шахта им. Дзержинского»

Мероприятия	Цель мероприятия
1. Трансформация производства	Повышение эффективности производственной деятельности.
2. Внедрение в организационную структуру внутреннего аудитора	- обеспечивать действенное функционирование, стабильность и наибольшее (согласно определенным целям) развитие организации в условиях многоплановой конкуренции; - сберечь и результативно применить ресурсы и потенциал организации; - вовремя обнаружить и минимизировать коммерческие, финансовые и прочие риски в управлении организацией; - выработать адекватную современным постоянно изменяющимся условиям хозяйствования систему информационного обеспечения всех уровней управления, разрешающую вовремя адаптировать функционирование организации к видоизменениям во внутренней и внешней среде.
3. Мероприятие по усилению работы по взысканию дебиторской задолженности	Улучшение показателей финансовой деятельности предприятия
4. Сдача неиспользуемого имущества в аренду	Улучшение показателей финансовой деятельности

Таким образом, предлагаемые оперативные мероприятия могли помочь стабилизировать финансовое состояние ООО «Шахта им. Дзержинского», улучшить структуру его финансовой отчетности (баланса), сделать предприятие более ликвидным и платежеспособным – по сути, продлить ему жизнь.

Анализировать деятельность обанкротившихся угольных предприятий и ошибки их управления важно учитывать при ведении деятельности и принятии решений в отношении действующих шахт и разрезов, в особенности, если они формируются на базе тех же участков, с теми же горно-геологическими характеристиками.

Список литературы

1. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйственного субъекта / И.Т. Балабанов. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 208 с.
2. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности / Л.А. Бернштейн. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 444 с.

3. Бочаров В.В. Финансовый анализ / В.В. Бочаров. – СПб: Питер, 2018. – 679 с.
4. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / А.В. Ендовицкая. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 159 с.
5. Ендовицкий Д. А. Системный подход к анализу финансовой устойчивости коммерческой организации / Д.А. Ендовицкий // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – № 6. – С. 7–13.
6. Лавренков И. Участок с шахтой в придачу // Коммерсантъ (Новосибирск). 2015. – №114 – [Электронный ресурс] – Точка доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2758385> (Дата обращения 02.09.2020).
7. Любушин Н. П. Использование зарубежного опыта в комплексной оценке финансового положения организации для антикризисного управления / Н.П. Любушин // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 1. – С. 7–10.
8. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г. В. Савицкая. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 425 с.
9. Шеремет А. Д. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 425 с.

Гозалова Анна Вячеславовна, аспирант
кафедры информационной экономики,
(ЮФУ, г. Ростов-на-Дону)

ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ НА РЫНКЕ ТРУДА

В системе социально-трудовых отношений важную роль играет конкурентоспособность работника – наличие определенных профессиональных знаний и навыков, а также способность их реализовать наилучшим образом в соответствии с требованиями работодателя и объективными требованиями отраслевого рынка. Повышение конкурентоспособности неразрывно связано с необходимостью постоянного повышения квалификации, самообразования в соответствии со стратегическими ориентирами развития организации, а также внешними вызовами.

Современный этап развития системы высшего образования связан с процессами цифровизации как самого образовательного процесса, так и целой совокупности социально-трудовых отношений. Так, поданным Росстата, обеспеченность персональными компьютерами, используемых в учебных целях, образовательных организаций высшего образования со-

ставляет 26%, в том числе с доступом в Интернет – 24%; 85% вузов используют электронные системы учета успеваемости студентов [1]. Таким образом, очевидно, что от современного преподавателя высшей школы наряду с определенными знаниями своей предметной области требуются и навыки работы с современными информационно-коммуникационными технологиями. В этой связи в настоящее время образовательная система Российской Федерации продолжает реформироваться с учетом императивов информационного общества. Одним из главных документов, подтверждающих это является Указ Президента РФ от 9 мая 2017 года № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы» [2].

Заметим, что для формирования и эффективного развития цифровой экономики нужны компетентные кадры, а для того чтобы их подготовить необходимо усовершенствовать и систему образования. В первую очередь, необходимо привести образовательные программы в соответствие с потребностями цифровой экономики, а также изменить требования к компетенциям преподавателей, внедрить цифровые инструменты учебной деятельности.

Наряду с этим, следует отметить, что факторы пандемии «Covid-19», подтолкнувшие весь мир к переходу на новый (удаленный) формат обучения в целях предотвращения распространения коронавирусной инфекции, также подчеркнули значимость процессов цифровизации для обеспечения устойчивого функционирования и развития системы высшего образования. Так, высшие образовательные учреждения продолжили учебный год на различных платформах (Teams, Moodle, Zoom и др.) [3]. Это потребовало решение задач не только обеспечения технической оснащенности образовательного процесса, но и необходимостью повышения цифровой грамотности работников высшей школы.

Проблема цифровизации системы высшего образования, а также вопросы формирования профессиональных компетенций работников рассматриваются многими отечественными и зарубежными учеными, среди которых С. Уиддет [4], И. Хентце [5], В.И. Байденко [6], Н. А. Волгин, Г. П. Гагаринская, П. В. Журавлев, Е. И. Кудрявцева [7]. Тем не менее, в силу относительной новизны проблемы формирования и развития цифровых компетенций работников высшего образования, особенно с позиций того, как эти наличие (или отсутствие) этих компетенций влияет на конкурентоспособность преподавателя, данный аспект остается малоизученным и требует дальнейшего осмысления.

Прежде всего, следует разобраться в том, что представляют собой «цифровая компетентность». Вначале остановимся на понятии «компетентность». Наиболее популярными в российской и зарубежной литературе определениями являются следующие:

- компетентность – это осведомленность в определенной области знания, круг должностных обязанностей, опыт и знания в определенной области, способность соответствовать;
- компетентность – это знания и опыт, круг вопросов в которых человек разбирается, то на что претендует личность.
- компетентность – это система знаний, умений и способностей [7].

Е. И. Кудрявцева, раскрывая сущность понятия «компетентность», выделяет основные характеристики этой социально-экономической категории:

- адресность;
- универсальность;
- конкретность [7].

Соглашаясь с данными трактовками, и дополнив их признаками «конкурентоспособности», определим, что компетентность – это социально-трудовая характеристика, совокупность профессиональных качеств, знаний, умений, навыков, необходимых для успешного выполнения работы и соответствующих требований, которые обеспечивают конкурентные позиции работнику на отраслевом рынке.

Говоря о необходимости формирования цифровой компетентности работников высшей школы как необходимого условия повышения их конкурентоспособности, отметим, что согласно закону межпарламентской ассамблеи СНГ от 18 апреля 2014 г. № б/н «Об использовании информационно-коммуникационных технологий в системе образования» преподаватели использующие ИКТ в своей профессиональной деятельности, обязаны быть ИКТ-компетентными на профессиональном уровне [8]. При этом цифровая компетентность профессорско-преподавательского состава включает:

- общепользовательский компонент,
- общепедагогический компонент,
- предметно-педагогический компонент.

Остановимся подробнее на содержании каждой из перечисленных компонент формирования цифровой компетентности.

Общепользовательский компонент означает, что преподаватель должен обладать навыками работы в сети Интернет, иметь базовую цифровую грамотность, уметь проводить аналитику данных, знать основы кибербезопасности.

Общепедагогический компонент является одним из ключевых и предполагает внесение изменений в методику и содержание образовательного процесса с учетом возможностей использования ИКТ. В частности, возможно применение информационных технологий в различных процессах организации образовательной деятельности: планирование проектной деятельности, подготовка заданий, тестов, кейсов, использование интерактивных досок, различных электронных платформ в аудиторной (контактной) деятельности.

Предметно-педагогический компонент соответствует предметной области деятельности преподавателя, которому необходимо подготовить дидактический материал, рабочие документы и в полной мере пользоваться всеми инструментами ИКТ в образовательном процессе.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что при формировании цифровой компетентности преподавателя высшей школы можно выделить два основных уровня, связанных с развитием его конкурентоспособности на отраслевом рынке – технологический и методический. К первому относится пользовательское владение информационными технологиями. Данный уровень компетентности является базовым и его наличие необходимо для дальнейшего повышения цифровой грамотности. Непосредственно конкурентные преимущества обеспечиваются наличием методического уровня цифровой компетентности, означая владение преподавателем современными методами обработки информации, использованием современных ИКТ как в учебной, так и в воспитательной работе студентов.

Список литературы

1. Информационное общество в Российской Федерации. 2019: статистический сборник [Электронный ресурс] // М. А. Сабельникова, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, О. Ю. Дудорова и др.; Федеральная служба государственной статистики; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Электрон. текст дан.– М.: НИУ ВШЭ, 2019. – Режим доступа : <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/252259987> – [27.08.2020].
2. Указ Президента РФ от 9 мая 2017 г. № 203 “О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы”
3. Чернова О.А. Проблемы развития цифровых процессов в высшем образовании: вызовы удаленного обучения // Экономика образования. 2020. № 4 (119). С. 42-50.
4. Уиддет С. Руководство по компетенциям / Стив Уиддет, Сара Холлифорд; пер. с англ. Н. Друговейко. – 3-е изд. - М.: Изд-во ГИППО, 2008. - 228 с.
5. Хентце, Й. Теория управления кадрами в рыночной экономике: пер. с нем. / Й. Хентце, Й. Метцнер. – М.: Междунар. отношения. - 664 с.
6. Байденко В.И. Компетенции: к освоению компетентностного подхода / В.И. Байденко // Лекция в слайдах. Авторская версия. - М.: Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 30 с.
7. Кудрявцева Е.И. Современные подходы к проблеме формирования и использования моделей компетенций / Е. И. Кудрявцева // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. – 2012. – № 1. – С. 166.
8. Компетентностный подход в основе контроллинга персонала // Фундаментальные исследования. [Электронный ресурс] // Бикметов А.Г.,

Малышева О.С., Хафизов А.М., Кудлаева А.Р., Вахитова А.Р. – 2016. – № 11-2. – С. 353-357 – Режим доступа: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40980>. – [27.08.2020].

Статья Гозаловой А.В. подготовлена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, грант № 20-310-90015 «Трансформация системы социально-трудовых отношений в сфере высшего образования в контексте новой реальности рынка труда»

Демченко Любовь Вячеславовна, магистрант гр. СУмоз-201
Научный руководитель: Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Страховой бизнес уже стал неотъемлемой частью финансовой системы многих государств в обеспечении имущественных интересов, и Россия на сегодняшний день не исключение.

Стоит отметить, что актуально на сегодняшний день не то, что создавалось на протяжении многих тысячелетий, а то, как в современных условиях, стремительно набравшей обороты, глобальной пандемии коронавируса удержать равновесие и не стать жертвой поглощения своими конкурентами на страховом поприще, ну а в лучшем случае продолжать наращивать свои конкурентные преимущества и улучшать сервис предоставляемых услуг.

Конкуренцию в качестве фактора влияния на развитие компании заставляет обратить внимание в разрезе многих научных трудов исследователей. Таких как Портер М., занимающийся комплексной оценкой конкурентоспособности, причинами зарождения конкуренции и выявил пять сил Портера, в свою очередь влияющие на цены, затраты, а также потребительские свойства продукта. Изучением конкурентоспособности занимались такие ученые, как Томпсон А.А, Стрикленд А. Дж., которые выделяли влияние технологических, маркетинговых, квалификационных, производственно-распределительных, организационных и др. факторов.

Ученые А. Олливые, А. Дайан, Р. Урссе в своих исследованиях представили способ оценивания в виде «многоугольника конкурентоспособности», выявляющий слабые и сильные стороны конкурентов с целью использования собственных преимуществ над слабостями фирм-конкурентов. Научный труд получил название «гипотетический многоугольник конкурентоспособности».

Похожий метод оценки изучал экономист Фасхиев Х.А., назвавший его «радаром конкурентоспособности».

Профессор Гельвановский М.И. склонялся к следующим основным факторам конкурентоспособности компании: внутренний макроэкономический потенциал; уровень управления с позиции нововведений, прибыльность и ответственное поведение; научно-технический потенциал; степень участия в международном разделении труда, потоке инвестиций; качество и эффективность финансовой системы, состояние инфраструктуры и др.

Фатхутдинов Р.А. в своих трудах разделяет внутренние и внешние факторы конкурентных сил.

Известные экономисты Шмидт Ю.Д., Романова И.М., Набока М.В. особое внимание уделяют только внешним факторам без учета внутренних и предлагают классифицировать факторы по степени воздействия:

– Факторы прямого воздействия:

- наличие квалифицированных кадров на рынке труда;
- численность организаций на рынке;
- количество агентов в компаниях конкурентах;
- инфраструктура страховых услуг исследуемого страхового рынка (степень развития рынка);

• объем спроса потребителей.

– Факторы косвенного воздействия:

- государственное регулирование рынка;
- географическое положение региона;
- уровень благосостояния населения в регионе;
- уровень развития сопутствующих рынков (потребительское кредитование, лизинговые услуги, ипотечное кредитование);
- научно-технический прогресс;
- культурные и демографические факторы.

Существует множество исследований, направленных на изучение типологии факторов конкурентоспособности, но в рамках проведенного автором анализа большинство вышеперечисленных классификаций можно отнести к общим, так как они не отражают специфику конкретной отрасли, в том числе и вида экономической деятельности.

В современных условиях существует необходимость целевого исследования, обеспечивающего конкурентоспособность страховых компаний.

Ниже в статье будет приведена авторская классификация факторов, в основу которой встанет маркетинговая теория конкурентных преимуществ М. Портера.

Конкурентные факторы страховой организации необходимо разделить в зависимости от уровня воздействия: на внешние (рыночные) и внутренние (корпоративные) факторы.

Внешние факторы определяют интенсивность конкуренции в отрасли, состояние рыночной среды, где находится сейчас страховая компания.

Внутренние факторы ранжируются в зависимости от решения, принятого менеджером и компанией в целом.

В зависимости от источника возникновения внешние факторы можно разделить на конкурентные, описывающих интенсивность состояния окружающей среды и влияние товаров заменителей, и потребительские, охватывающие страховую грамотность потребителя, уровень потребности в услуге, ну и платежеспособности клиента.

Далее рассмотрим внутренние факторы. В страховом бизнесе присутствуют объективные и субъективные элементы. К объективным можно отнести страховой тариф, условия страхования, размер страхового покрытия и т.д., а к субъективным – уровень клиентского сервиса, восприятие цены, ощущение надежности и т.д.

по мнению автора, необходимо внутренние (корпоративные) факторы разделить на три группы:

- факторы финансовых гарантий;
- факторы, формирующие бренд;
- факторы индивидуализации сервиса «продавец-покупатель»;
- факторы дигитализации (цифровизации бизнеса);

Группа факторов дигитализации выделена отдельно, так как факторы данной группы на современном этапе развития цифровых технологий оказывают влияние на конкурентоспособность страховой организации все в большей степени, и их влияние будет продолжать расти в ближайшие несколько лет.

Дигитализация – это преобразование в цифровую форму всех ресурсов компании, которые улучшают финансовую интеграцию и операционную эффективность ее деятельности. Особенно этот фактор способствует непрерывной работе фирмы при Covid-19, формируя безопасное мышление сотрудников и клиентов на расстоянии и обеспечивая страховые гарантии как в офисе, так и удаленно.

В группу факторов финансовых гарантий включены факторы, влияющие на фактическую способность страховой организации гарантировать исполнение взятых на себя финансовых обязательств, а именно: объем собственных средств; оборачиваемость собственного капитала, уровень платежеспособности; отношение собственного капитала к активам; обеспеченность страховыми резервами; доля перестрахования рисков.

Факторы, формирующие бренд страховой организации, включают в себя: узнаваемость торговой марки; эффективность маркетинговых коммуникаций компании; восприятие уровня цен потребителем; восприятие качества клиентского сервиса и лояльность потребителя даже при пандемийном воздействии.

Факторы индивидуализации сервиса предполагают создание позитивной эмоционально-дружественной связи между компанией и потребителем страховой услуги, которая помогает лучше узнать клиента, его предпочтения и возможности, что прямо пропорционально влияет на желание клиента продолжать сотрудничать с «внимательной» компанией, учитывающей все детали даже в стрессовых современных условиях.

Спецификой предложенной классификации факторов конкурентоспособности является его системность. Совокупность, предложенных групп факторов учитывает внутренние связи между ними, и это позволяет исключить дублирование так называемых причин конкурентоспособности.

Важно отметить, что предложенная автором классификация учитывает не только специфику рынка страховых услуг в целом, но также и взаимосвязь таких понятий, как «конкурентоспособность» и «конкурентное преимущество». Причинами появления конкурентных преимуществ страховой организации становятся факторы внутренней и внешней среды, которые взаимодействуют между собой и влияют на ее конкурентоспособность.

Также предложенная классификация составлена с учетом влияния факторов, определяющих уровень дигитализации страховой организации, которые в условиях активного развития цифровых технологий уже являются неотъемлемой частью ее конкурентного преимущества.

Список литературы

1. Андреев И. Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг / И. Андреев // Маркетинг. – 2018. – № 1. – С. 35–40.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2017 – 688 с.
3. Филиппова Т.А. Повышение конкурентоспособности страховой компании как возможность противостоять экономическому кризису / Т.А. Филиппова // Наука и экономика. – 2011. – №3 (7). – С. 26–29.
4. Шмидт Ю.Д. Факторы конкурентной среды рынка страховых услуг Приморского края / Ю.Д. Шмидт, И.М. Романова, М.В. Набока. – Региональная экономика: теория и практика – № 25 (118) – 2019 – С. 41–45.
5. Линдстром, М. Buyology – правда и ложь о том, почему мы покупаем / М. Линдстром. – М.: Эксмо, 2016. – 210 с.
6. Копылов Л.Е., Ворожбит О.Ю., Латкин А.П., Савалей В.В. Оценка конкурентоспособности страховых компаний на рынке финансовых услуг. Монография. – Владивосток – Изд. ВГУЭС, 2016

Дмитриева Наталья Владимировна, к.э.н., доцент
(КемИ (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Кемерово)

ОБЩЕСТВЕННЫЙ МОНИТОРИНГ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНА О РЕКЛАМЕ НА ТЕРРИТОРИИ Г. КЕМЕРОВО

Конкуренция – это соперничество между людьми, фирмами, территориями и организациями, заинтересованными в достижении одной и той же цели. В условиях конкуренции побеждают компании, предлагающие большую потребительскую ценность, предлагая клиентам выгоды, оправ-

дывающие более высокие цены [4, С. 26]. Главным средством донесения информации об этой ценности была и остается реклама. Высшая цель рекламы — повлиять на клиента таким образом, чтобы он при покупке выбрал рекламируемый продукт [2, С. 166].

Но зачастую, в попытках убеждения потенциальных клиентов компании переходят границы и выпускаю в свет рекламу, не всегда соответствующую действительности. В 2019 году антимонопольные органы рассмотрели 18179 заявлений (в 2018 году – 15312 заявлений) о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 4068 дел по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 7056 нарушений (в 2018 году – 3970 дел и 5389 нарушений) [3].

В России существует ряд законов и нормативных актов, регулирующих рекламную деятельность. Прежде всего это закон о рекламе, а также законы о конкуренции, о средствах массовой информации, о защите прав потребителей, нормативные акты субъектов федерации и органов местного самоуправления, например, правила благоустройства или схемы размещения рекламных конструкций в отдельных городах. Данное законодательство определяет какой должна быть реклама по содержанию, где она должна быть размещена, оно направлено на защиту прав потребителей и рекламодателей. Вышеперечисленные законы нарушаются достаточно часто. В 2019 году большая часть нарушений была связана с недостоверной рекламой и рекламой финансовых услуг.

Нарушения закона о рекламе часто происходят по незнанию, но они очень сильно ударяют по бюджету любого предприятия, с одной стороны эти расходы не нужны предприятиям, с другой стороны недостоверная, недобросовестная и иная реклама не украшает город и нашу жизнь и вредит как потребителям, так и конкурирующим предприятиям

В период с сентября 2019 года по март 2020 года преподавателями и студентами Кемеровского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова был проведен общественный мониторинг рекламы, распространяемой в городе Кемерово в самых разных средствах начиная от телевидения и прессы и заканчивая интернетом. В ходе исследования было выявлено 22 случая нарушения законодательства в сфере рекламы.

Проанализировав выявленные нарушения можно сделать вывод о том, что их подавляющее большинство связаны с демонстрацией недоказанного превосходства компаний или их товаров/услуг/специалистов, что является недобросовестной рекламой. Также были выявлены и другие нарушения. Например, реклама алкогольной продукции, недостоверная реклама («Все врачи нашей клиники имеют степень кандидата наук»), недобросовестная реклама («Наши мастера самые лучшие и самые опытные», «Самая вкусная шаурма» и пр.), а также оскорбительная реклама («Все работники имеют славянскую внешность»).

Во второй части исследования был проведен опрос предпринимателей, руководителей предприятий и специалистов, имеющих отношение к созданию и размещению рекламы. В опросе приняли участие 53 респондента. Первый вопрос был посвящен используемым средствам рекламы. Исследуемые компании достаточно активны в этой сфере, не используют никакие средства рекламы лишь 4 организации (7,5%). Наиболее распространенными средствами рекламы являются сайт компании и её страницы в социальных сетях, таргетированная реклама в социальных сетях, вывеска.

Главной целью опроса было получение сведений о степени информированности представителей бизнеса о существовании нормативных актов, регулирующих рекламную деятельность. Только 28,3 % опрошенных точно знают такие нормативные акты. Большая часть (52,8%) знают о существовании подобных актов, но затрудняются их назвать, и 18,9 % опрошенных в принципе не знают о существовании подобных актов. Эта цифра является достаточно высокой.

Следующий вопрос касался осведомленности о действиях, за которые предприятия и должностные лица могут получить взыскания. Большая часть опрошенных не могут назвать конкретные действия в области рекламы, за которые можно понести наказания. Респондентам, положительно ответившим на этот вопрос, было предложено указать конкретные виды известных им противоправных действий в сфере рекламы. Всего на этот вопрос ответили 29 человек, при том, что кто-то из них называл несколько правонарушений, а кто-то указывал действия, не имеющие отношения к сфере рекламы (например, «пивные не должны располагаться в жилом доме») или не являющиеся правонарушениями («размещение у дороги»). В целом можно сделать вывод о низкой степени информированности рекламодателей в этой сфере.

Главным выводом общественного мониторинга является осознание необходимости повышения правовой грамотности местных рекламодателей. Большая часть из них относится к малому бизнесу, и штрафы в размере от 100 до 500 тысяч рублей для таких компаний являются очень существенными.

По результатам общественного мониторинга можно сформулировать определенные рекомендации для представителей малого бизнеса, а именно:

- Подробно изучить законодательство в сфере рекламы, обращая внимание не только на основной закон «О рекламе», но и на местные нормативные акты.
- Провести диагностику всей своей рекламы, особенно рекламы, распространяемой в интернете на предмет выявления некорректных сравнений и иных видов недобросовестной рекламы. При выявлении подобных нарушений самостоятельно их удалить.

- Следить за судебной практикой и изменениями законодательства сфере рекламы. Подписаться на аккаунты ФАС в таких социальных сетях, как Twitter, Instagram, Facebook и YouTube.

В дальнейших планах формирование информационных писем для 22-х компаний, допустивших правонарушения, продолжение мониторинга и продолжение опроса. Также предполагается создать волонтерское движение «За честную конкуренцию», что можно рассматривать как инновацию в сфере публичного управления. Актуальность проблемы внедрения инноваций в сфере публичного управления нашей страны связана, прежде всего, со стратегией развития новой государственности, которая, с одной стороны, нацелена на создание сильного государства, способного решать крупные внутренние и внешние проблемы, а также на формирование правового, демократического, социально ориентированного и подконтрольного народу государственного образования [1, С.34].

Список литературы

1. Гавриков Е.В., Щербенко Е.В. Инновационные методы реформирования государственного управления // Проблемы социально-экономической устойчивости региона. Сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 34-36.
2. Дмитриева Н.В., Габинская О.С. Маркетинг: учебное пособие. – М.: РИОР, 2018. – 240 с.
3. Итоги осуществления государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе // [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://fas.gov.ru/pages/rezultati_raboti_v_reklame (дата обращения 02.09.2020)
4. Сандракова И.В., Юшкова Л.В. Факторы выбора конкурентной стратегии торгового предприятия // Практический маркетинг, 2018, № 9. – С. 26-31.

Дорожкина Наталья Валерьевна, старший преподаватель
Пивоварова Елена Константиновна, магистрант гр. СУмоз-201.
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ВОЗРАСТАЮЩЕЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях российского рынка, в результате жесткой конкуренции выживает лишь сильнейший, предприятие вынужденно постоянно модернизировать свое производство.

От эффективности управления зависит эффективность деятельности любой организации. Постоянное совершенствование бизнес-процессов –

это управленческий инструмент, который может привести к повышению эффективности предприятия, к гибкому реагированию на изменяющиеся условия реальной действительности, к своевременному и быстрому выбору направления развития компании. А это в свою очередь приводит к разработке новых технологий и приемов ведения бизнеса, повышение качества конечных результатов деятельности и, конечно, внедрение новых, более эффективных методов управления и организации деятельности предприятия [6].

В работе всех сотрудников компании играет главную роль бизнес-процессы, так как содержат данные, обеспечивающие руководителей и работников фирмы информацией. В конкурентной среде компании вынуждены постоянно корректировать бизнес-процессы под условия рынка, находить инновативные решения и добиваться, таким образом, преимуществ перед другими компаниями, гарантируя качественно выполненной и конкурентоспособной продукции, соответствующий потребительскому спросу. Успешные компании молниеносно осваивают новые продукты, рынки и, даже порой целые отрасли и способны также быстро их покинуть [3, 4].

Россия была и является крупнейшей страной мира. Исходя из этого, спрос на строительство дорог будет всегда, так как по нормативам дорожная одежда должна служить без ремонта от десяти до восемнадцати лет. Но российские дорожники дают гарантию на покрытие от четырех до восьми лет, однако в течение двенадцати лет обязаны за свой счет устранять возникающие дефекты.

Рост технологий в секторе дорожного строительства стремителен. Он порождает конкуренцию, которая из года в год носит все более острый характер и становится причиной для появления на рынке все новых моделей и модификаций техники для дорожного строительства. В то же время огромная потребность в полезных ископаемых и руде в Кузбассе обеспечивает небывалый уровень заказов на строительство дорог от разрезов. Это ведет к конкурентной борьбе строительных компаний Кемеровской области, а также компаний из близлежащих областей, и по оценкам экспертов спрос в ближайшие годы будет только расти [2, 7]. При данной ситуации, компании стараются предлагать менее затратные, но более качественные и безопасные дороги.

Все выше сказанное и предопределяет актуальность темы статьи.

В статье Маскаевой А.В. «Анализ бизнес-процессов на примере ОАО «Кемеровоспецстрой» было идентифицированы бизнес-процессы и разработана диаграмма процессов верхнего уровня компании (рисунок 1) [1, 5].

При изучении бизнес-процессов отмечено, что более детально автор рассмотрел только основные процессы. Но учитывая специфику деятельности АО «Кемеровоспецстрой» и сложившуюся конкурентную среду, была проведена процедура более детальной идентификации всех бизнес-процессов.

Далее была разработана модель бизнес-процессов АО «Кемеровоспецстрой», которая представлена на рисунке 2.

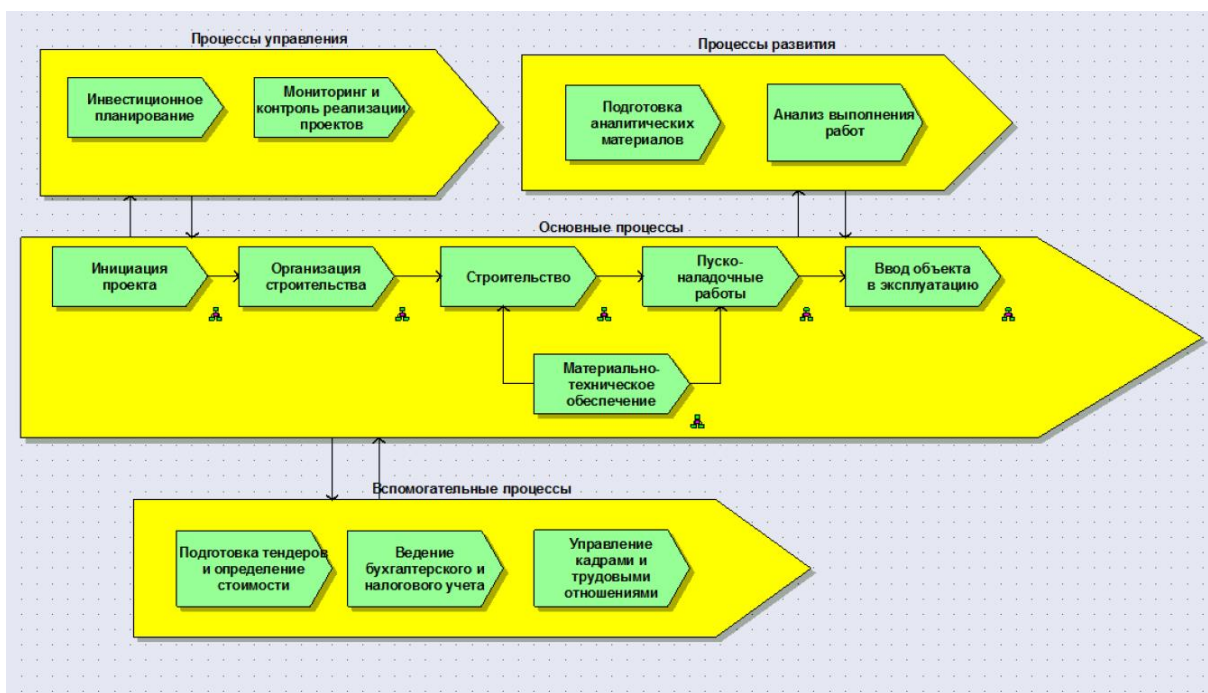


Рисунок 1 – Диаграмма процессов верхнего уровня компании



Рисунок 2 – Модель бизнес-процессов верхнего уровня АО «Кемеровоспецстрой»

В основные бизнес-процессы включены:
-инициация;

- организация строительства;
- материально – техническое обеспечение;
- строительство;
- пусконаладочные работы;
- ввод объекта в эксплуатацию.

Бизнес-процессы управления состоят:

- управление персоналом;
- мониторинг и контроль проекта;
- управление финансами.

Во вспомогательные бизнес-процессы входят:

- административно- хозяйственное обеспечение;
- ведение бухгалтерского и налогового учета;
- юридическое обеспечение;
- контроль и мониторинг транспортных средств;
- ИТ- обеспечение и связь.

Процессы развития:

- подготовка тендеров;
- анализ выполненных работ.

Данная модель бизнес-процессов исследуемой организации апробирована и показала надежную и эффективную работу в условиях возрастающей конкуренции на строительном рынке.

Список литературы

1. Munoz O., Malyugin A., Kolotovkina E. 2019. The Most Efficient Use of the Real Estate Property in Managerial Decision Making. ICEME 2019 Proceedings of the 2019 10th International Conference on E-business, Management and Economics, Pages 80-84, July 15–17, 2019, Beijing, China, Beijing University of Technology, ACM New York, NY, USA. DOI=<https://doi.org/10.1145/3345035.3345073>
2. Дорожкина Н.В. Разработка мероприятий по повышению эффективности применяемой системы оплаты труда работников ООО «СЦС» // Межрегиональный сборник научных трудов «Проблемы управления рыночной экономикой» под ред. И.Е. Никулиной, Л.Г. Тухватулиной, Н.В. Черепановой / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. – 2014. – С. 87-91.
3. Дорожкина Н.В. Обоснование необходимости внедрения системы управления проектами в строительных организациях/ Н.В. Дорожкина, Н.В. Потапова, Л.Е. Коваленко // Проблемы строительного производства и управления недвижимостью: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., г.Кемерово: ФГБОУ ВО Кузбас. гос. техн. ун-т им Т.Ф. Горбачева; – Кемерово. – 2016. – С. 13-19.
4. Малюгин А. Н. Стратегические направления обеспечения конкурентоспособности / А. Н. Малюгин, О. В. Сербегешев // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практ. конференции с международным участием

«Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; – Кемерово. – 2019. – URL:<http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80334.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).

5. Маскаева А.В. Анализ бизнес-процессов на примере ОАО «Кемеровоспецстрой» / А. В. Маскаева, А. Н. Малюгин // Сборник материалов XI Всероссийской научно-прак. конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; – Кемерово. – 2019. – <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80335.pdf>

6. Модели и методы систем управления: учеб.пособие / В. В. Герасимов, Е. А. Вахрушева, А. Н. Малюгин : – Новосибирск : НГАСУ (Сибстрин), 2009. – 156 с.

7. Третьякова И.Н. Инновационные технологии как фактор повышения эффективности производства и эксплуатации лифтов // Сборник статей участников VIII Международной научно-практической конференции «Инновации в технологиях и образовании» / Филиал ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева» г. Белово, Великотырновский университет им. Святых Кирилла и Мефодия. – 2015. – С.331-335.

Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БИЗНЕСА

Распространение COVID – 19 оказывает непосредственное влияние на сложившуюся экономическую ситуацию в стране, регионах, экономических субъектах. Последствия пандемии по своему воздействию на бизнес достаточно разнообразны и неоднозначны. В новых сложившихся условиях остро встают проблемы поддержания приемлемого уровня экономической безопасности бизнеса, что, в первую очередь, решается путем обеспечения конкурентных преимуществ экономического субъекта.

Конкуренция, как борьба за получение наибольших выгод и преимуществ, является лидирующим фактором в обеспечении высокого уровня экономической безопасности бизнеса. В процессе оценки конкурентных преимуществ становится понятным насколько выбранная стратегия развития способствует обеспечению жизнедеятельности экономического субъекта.

Классически стратегия развития экономического субъекта определяется следующими видами конкурентных преимуществ: более низкие затраты по сравнению с конкурентами; выпуск эксклюзивных видов продукции;

специализация на оказании самых востребованных услуг или продажа товаров повышенного спроса. При этом стратегию следует рассматривать как внутренне согласованную структуру различных видов деятельности, которая отличает экономический субъект от его конкурентов [5].

В некоторых работах, исследующих проблему конкурентных преимуществ, указывается на то, что главные выгоды получают крупные экономические субъекты, которые занимают наибольшую долю рынка. Однако Портер М. считает, что это несколько упрощенный подход, который оправдывает себя только в определенных сферах бизнеса. Масштабность экономического субъекта и существенная доля присутствия на рынке, определяющие высокий уровень экономической безопасности бизнеса, чаще всего оказываются следствием конкурентных преимуществ, а не их причиной [5].

Следовательно, конкурентные преимущества экономического субъекта влияют на уровень экономической безопасности бизнеса и могут рассматриваться как индикаторы стабильности предпринимательской деятельности. Исходя из того, что один из видов конкурентных преимуществ соотносится с размером затрат экономического субъекта, то индикатор экономической безопасности бизнеса может определяться отношением размера себестоимости продаж к среднему размеру данного показателя соответствующей отрасли.

В качестве примера сопоставим статистические отраслевые данные добычи полезных ископаемых (таблицы 1, 3) и показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности некоторых угольных предприятий Кузбасса (таблицы 2, 4).

Таблица 1 – Расчет среднеотраслевого показателя затрат экономических субъектов на добычу полезных ископаемых в Российской Федерации в 2018 году

№	Наименование показателей	2018 год
1.	Затраты экономических субъектов на добычу полезных ископаемых, млн. руб.	12 562 973
2.	Количество экономических субъектов, занимающихся добычей полезных ископаемых, единиц	1 879
3.	Среднеотраслевой показатель затрат экономических субъектов на добычу полезных ископаемых, млн. руб.(п.1/п.2)	6 686

* Источник: Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации

Таблица 2 – Конкурентное преимущество (себестоимость продаж) и индикатор экономической безопасности бизнеса угольных предприятий Кузбасса

№	Наименование угольных предприятий Кузбасса	Себестоимость продаж, млн. руб.	Индикатор экономической безопасности бизнеса
1.	АО «Угольная компания «Северный Кузбасс»	5 680	0,8 (5 680/6 686)
2.	ООО УК «ПМХ-Уголь»	64 406	9,6 (64 406/6 686)
3.	АО ХК «СДС-Уголь»	2 154	0,3 (2 154/6 686)

В таблице 2 представлен расчет индикатора экономической безопасности, рассчитанный исходя из вида конкурентного преимущества – себестоимости продаж. В результате индикатор ООО УК «ПМХ-Уголь» показывает, что себестоимость продаж данного предприятия почти в 10 раз превышает среднеотраслевой уровень затрат. Размер себестоимости продаж АО «Угольная компания «Северный Кузбасс» на 20% ниже среднеотраслевого показателя, а АО ХК «СДС-Уголь» имеет самый низкий показатель себестоимости продаж.

Конечно, при определении соотношения размера себестоимости продаж трех угольных предприятий Кузбасса и среднего размера данного показателя соответствующей отрасли есть некоторая погрешность, так как себестоимость продаж, указанная в Отчете о финансовых результатах угольных предприятий, относится к реализованной продукции и не является полной суммой затрат экономического субъекта. Но даже при условии полной сопоставимости статистических показателей и данных угольных предприятий не стоит утверждать, что более низкие затраты указывают на наличие конкурентного преимущества экономического субъекта. Разумнее будет исследовать показатель затрат на производство и продажу продукции в расчете на 1 рубль произведенной продукции. Так, по данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации затраты на добычу угля в расчете на 1 рубль произведенной продукции в России составляют 74 копейки, а в Кемеровской области 75,6 копеек. Следовательно, угольным предприятиям Кемеровской области для поддержания конкурентных преимуществ необходимо поддерживать размер затраты на добычу угля в расчете на 1 рубль произведенной продукции на уровне не выше 74,8 копеек. Однако себестоимость продаж необходимо исследовать параллельно с показателем выручки.

Таблица 3 – Расчет среднеотраслевого показателя оборота экономических субъектов, занимающихся добычей полезных ископаемых в Российской Федерации в 2018 году

№ п\п	Наименование показателей	2018 год
1.	Оборот экономических субъектов, занимающихся добычей полезных ископаемых, млн. руб.	17 637 650
2.	Количество экономических субъектов, занимающихся добычей полезных ископаемых, единиц	1 879
3.	Среднеотраслевой оборот экономических субъектов, занимающихся добычей полезных ископаемых, млн. руб.(п.1/п.2)	9 387

* Источник: Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации

Таблица 4 – Конкурентное преимущество (выручка) и индикатор экономической безопасности бизнеса угольных предприятий Кузбасса

№ п\п	Наименование угольных предприятий Кузбасса	Выручка, млн. руб.	Индикатор экономической безопасности бизнеса
1.	АО «Угольная компания «Северный Кузбасс»	7 984	0,8 (7 984/9 387)
2.	ООО УК «ПМХ-Уголь»	89 643	9,6 (89 643/9 387)
3.	АО ХК «СДС-Уголь»	3 902	0,4 (3 902/9 387)

Полученные индикаторы экономической безопасности, рассчитанные путем сопоставления выручки угольных предприятий Кузбасса и среднеотраслевой суммы оборота организаций, занимающихся добычей полезных ископаемых (таблица 4), оказались практически такими же, как и предыдущие индикаторы (таблица 2). Но показатель выручки по сравнению с показателем себестоимости продаж трактуется с обратной зависимостью и наиболее высокое конкурентное преимущество имеет тот экономический субъект, у которого индикатор выше. Следовательно, в первом случае АО ХК «СДС-Уголь» имеет преимущество перед своими конкурентами, а во втором - ООО УК «ПМХ-Уголь».

Полученное противоречие постараемся разрешить путем сопоставления валовой прибыли, определяемой как разница между выручкой и себестоимостью продаж (таблица 5). Среднеотраслевой показатель валовой прибыли рассчитаем по той же формуле: 9 387 млн. руб. – 6 686 млн. руб. = 2 701 млн. руб.

Таблица 5 – Конкурентное преимущество (выручка) и индикатор экономической безопасности бизнеса угольных предприятий Кузбасса

№ п\п	Наименование угольных предприятий Кузбасса	Валовая прибыль, млн. руб.	Индикатор экономической безопасности бизнеса
1.	АО «Угольная компания «Северный Кузбасс»	2 304 (7 984 - 5 680)	0,8 (2 304/2 701)
2.	ООО УК «ПМХ-Уголь»	25 237 (89 643 - 64 406)	9,3 (25 237/2 701)
3.	АО ХК «СДС-Уголь»	1 748 (3 902 - 2 154)	0,6 (1 748/2 701)

Представленные данные подтверждают наличие конкурентного преимущества у ООО УК «ПМХ-Уголь». Но в условиях обеспечения экономической безопасности бизнеса индикаторы экономической безопасности являются пороговыми значениями, то есть предельными величинами, за рамки которых показателям финансово – хозяйственной деятельности

предприятия не следует выходить в целях сохранения стабильности бизнеса.

Следовательно, ООО УК «ПМХ-Уголь» необходимо поддерживать соотношение размера валовой прибыли к среднеотраслевому уровню в пределах 9, а для АО ХК «СДС-Уголь» и АО «Угольная компания «Северный Кузбасс» данное соотношение должно стремиться к 1, что будет обеспечивать им приемлемые уровни экономической безопасности бизнеса и конкурентных преимуществ.

Таким образом, устойчивое конкурентное преимущество, являясь основным фактором обеспечения экономической безопасности бизнеса в долгосрочной перспективе, определяет способность экономического субъекта снижать свои затраты и в зависимости от потребностей рынка менять качественные характеристики выпускаемой продукции (выполняемых работ, оказываемых услуг).

Список литературы

1. Дымова И.А., Карпова О.С. Вопросы планирования аудита бизнеса // Аудиторские ведомости. – 2019. – № 3. – С. 13-16
2. Дымова И.А., Папенина С.С. Конкурентные преимущества и недостатки в рамках оценки вероятности банкротства организации // В сборнике: Конкуренция и монополия. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – 2019. – С. 52-56.
3. Карпова О.С., Формулевич Я.В. Проблемы нормативно-правового регулирования российского внутреннего аудита: институциональный аспект // Аудитор. – 2019. – Т. 5. № 11. – С. 19-22.
4. Поленова С.Н. Роль нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета в обеспечении национальной экономической безопасности // Аудитор. – 2018. – Т. 4. № 5. – С. 25-31.
5. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 1020 с.
6. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: режим доступа к изд.: URL: <http://www.rosstat.gov.ru> (дата обращения 04.09.2020)
7. [http://www.kuzcoal.ru/images/stories/file/new/UK_SK/2018/Бухгалтерская_финансовая_отчетность_за_2018_\(дата_обращения_04.09.2020\)](http://www.kuzcoal.ru/images/stories/file/new/UK_SK/2018/Бухгалтерская_финансовая_отчетность_за_2018_(дата_обращения_04.09.2020))
8. <http://metholding.ru/investors/finances/> (дата обращения 04.09.2020)
9. https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4205105080_ao-kholdingovaya-kompaniya-sds-ugol (дата обращения 04.09.2020).

Егорова Валерия Павловна, студент гр. ЭУб-181
Святова Валерия Сергеевна, студент гр. ЭУб-181
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ РОССИИ

Рынок электронной коммерции в России – один из главных двигателей торговли. За рубежом уже давно делают множество покупок в интернете, и россияне постепенно перенимают эту потребность. По итогам 2019 года **Российская Федерация занимает 5 место в рейтинге самых быстрорастущих рынков и 9 место по объёму интернет-закупок на одного жителя, хотя данный показатель – это только одна десятая часть от рынка интернет-коммерции США и одна треть от «соседа» – Китая, занимающего 8 место в данном списке (рисунок 1).**

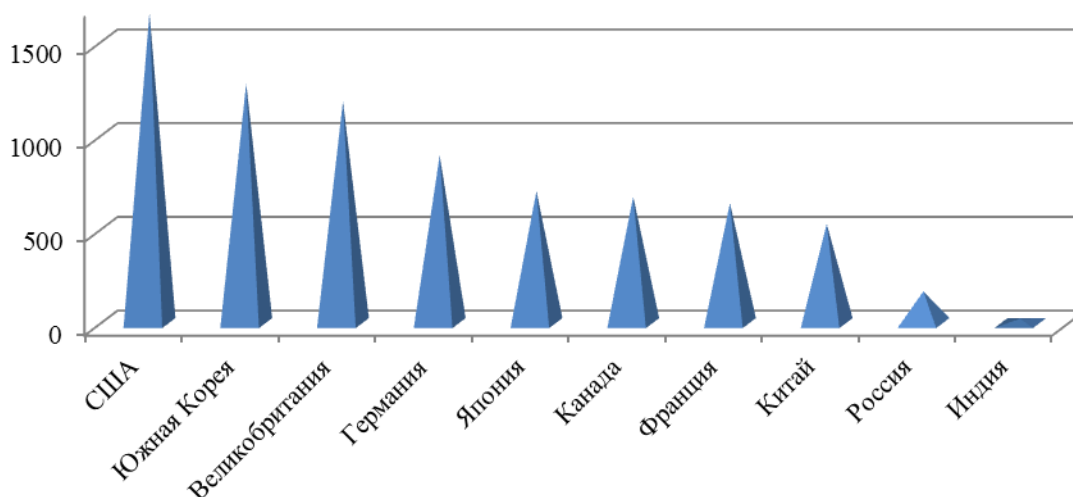


Рисунок 1 – ТОП-10 стран по объему Интернет-закупок на 1 жителя в 2019 году, долл. США [1]

Также можно отметить и тенденцию роста объемов российского рынка интернет-торговли за последние 9 лет (рисунок 2). В целом за 2011-2019 объем покупок через Интернет увеличился в 6,75 раза, ежегодный прирост составлял от 19 до 33 %, наиболее интенсивно данный показатель увеличивался в 2012 и 2014 годах. Таким образом, онлайн-торговля постепенно становится главным источником продаж. После введения ограничительных мер в 2020 году **рынок онлайн-торговли ожидает больших изменений относительно механизма доставки и ассортимента запрашиваемых для покупок товаров [2].** В связи с этим вопросы оценки конкуренции на данном рынке в настоящее время являются весьма актуальными.

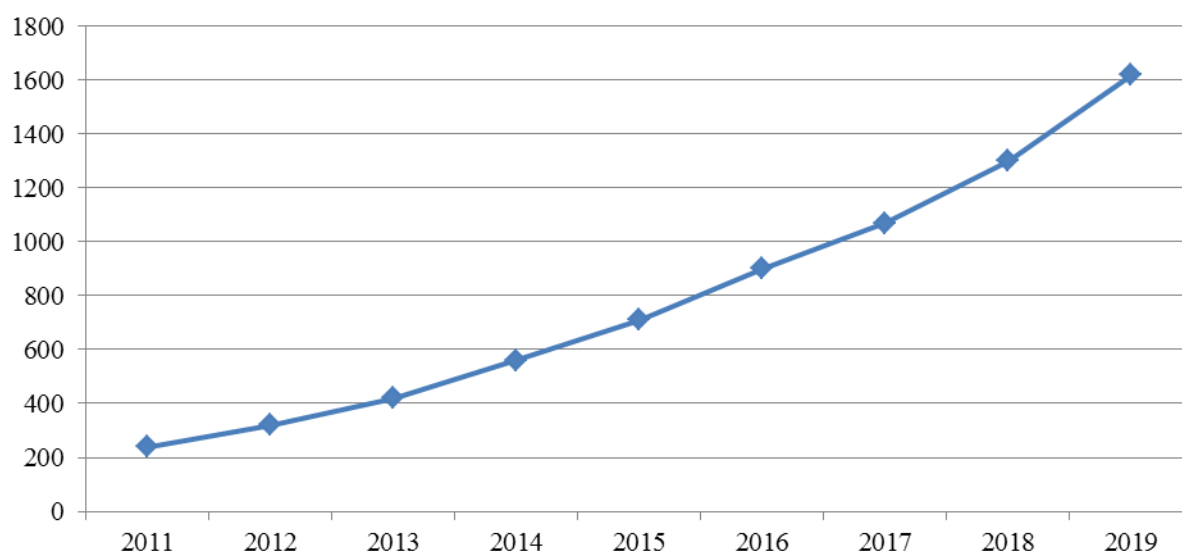


Рисунок 2 – Динамика онлайн-продаж на российском рынке, млрд рублей [1]

В условиях роста данного сегмента рынка торговли проанализируем тенденции изменения основных показателей 5 крупнейших компаний по объему онлайн-продаж по итогам 2019 года. Поскольку данные компании осуществляют торговлю товарами разнопланового ассортимента, то для оценки тенденций изменения конкуренции целесообразно оценивать соответствие темпов изменения показателей, представленных в таблицах 1 и 2, темпам изменения объемов онлайн-продаж на российском рынке в целом за аналогичные периоды (рисунок 2).

Таблица 1 – Динамика объема онлайн-продаж через сайт и приложения, млн рублей, с НДС [1]

Компания	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	Изменения за период, %			
						2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018	2018- 2019
Wildberries	31900	45600	63800	111200	210600	42,95	39,91	74,29	89,39
Citylink	24300	31600	55200	73200	90420	30,04	74,68	32,61	23,52
Ozon	15000	18000	23400	41770	80690	20	30	78,50	93,18
М-Видео	20300	25900	36700	52800	57500	27,59	41,70	43,87	8,90
DNS	13300	13600	38900	38810	53720	2,26	186,03	-0,23	38,42

По данным, представленным в таблице 1, можно судить об устойчивости позиций у компании «Wildberries», поскольку в каждом из попарно сравниваемых периодов темп прироста объема онлайн-продаж превышает показатель, рассчитанный по российскому рынку в целом, а также у компании «Citylink», замедление темпов прироста данного показателя относительно среднего на 1 процентный пункт наблюдалось только в 2018-2019 годах, что указывает на незначительное ослабление конкурентных позиций. Также следует отметить усиление конкурентных преимуществ на рынке в последние три года у компании «Ozon», чьи темпы прироста объ-

ема онлайн-продаж в 2017, 2018 и 2019 годах превышали среднероссийские на 11, 57 и 68 процентных пунктов соответственно.

Таблица 2 – Динамика числа выполненных онлайн-заказов, тыс. ед. [1]

Компания	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	Изменения за период, %			
						2015- 2016	2016- 2017	2017- 2018	2018- 2019
Wildberries	21100	29000	39800	72500	152510	37,44	37,24	82,16	110,36
Citylink	2780	3230	5190	7670	8220	16,19	60,68	47,78	7,17
Ozon	4600	5700	8640	15550	32260	23,91	51,58	79,98	107,46
М-Видео	1570	1900	3570	490	5220	21,02	87,89	-86,27	965,31
DNS	1320	1070	5800	5240	6810	-18,94	442,06	-9,66	29,96

Как видно из данных таблицы 2, по количеству выполненных онлайн-заказов компания «Wildberries» вновь демонстрирует сильные и устойчивые конкурентные преимущества – темпы прироста вновь значительно превышают темпы прироста российского рынка в целом. Усиление конкурентных позиций по данному показателю отмечено также у компании «Ozon» – в трех сопоставляемых периодах из четырех исследуемых темпы прироста также намного выше среднерыночных. У остальных компаний ТОП-5 наблюдалась нестабильная и даже отрицательная динамика: так, выявлено снижение числа заказов у компании «М-Видео» в 2018 году на 86 % и у компании «DNS» – в 2016 и 2018, что говорит об усилении позиций конкурентов, торгующих онлайн товарами аналогичного ассортимента как по ценовым условиям, как и сервису.

Сопоставим темпы прироста описанных выше показателей с помощью рисунка 3 [3].

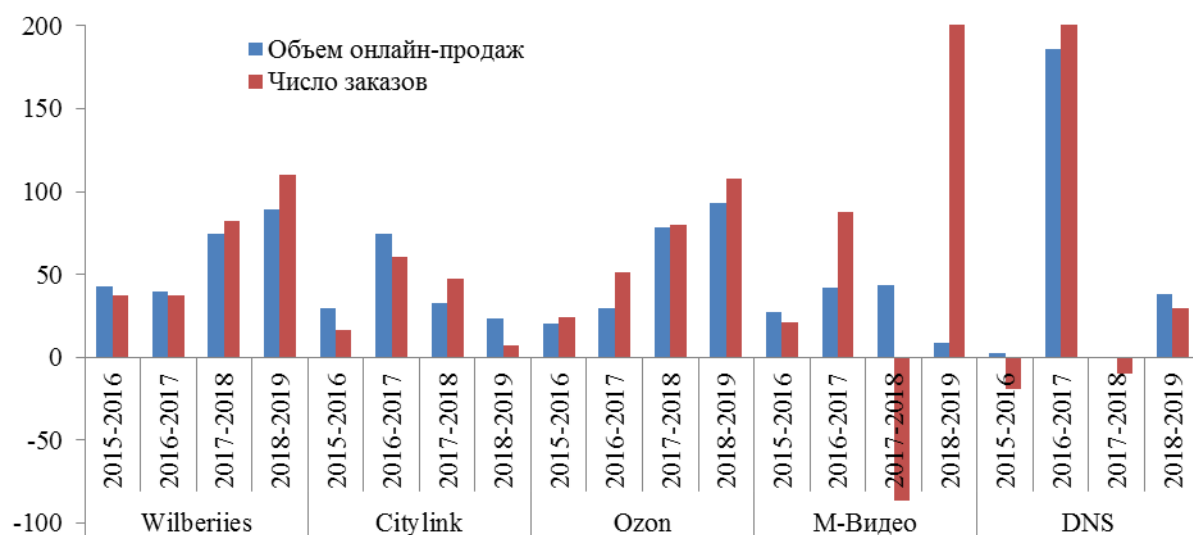


Рисунок 3 – Темпы прироста объема онлайн-продаж и количества выполненных онлайн заказов компаниями ТОП-5, %

Сравнение данных показателей позволило сделать неоднозначные выводы. Так, у компании «Wildberries» в последние 2 года наблюдается превышение темпов прироста количества выполненных заказов относи-

тельно темпов прироста объема продаж с тенденцией увеличения данного разрыва. Данная ситуация указывает на снижение средней стоимости одного онлайн-заказа, что создает угрозу потери прибыли в результате увеличения расходов на доставку товаров, содержание пунктов их выдачи, оплату труда курьеров и других расходов на обслуживание заказов. Аналогичная ситуация складывается и у компании «Ozon» в каждом из сравниваемых периодов. В наиболее выигрышном положении среди компаний, реализующих товары аналогичного ассортимента, находится компания «Citylink», у которой сопоставление названных выше показателей свидетельствует об увеличении средней стоимости выполненного онлайн заказа.

Таким образом, по итогам проведенного сравнительного анализа можно сделать вывод о нарастании конкуренции на рынке интернет-торговли, на что указывает нестабильная динамика объемов онлайн-продаж и количества выполненных онлайн-заказов пяти наиболее крупных компаний. Наиболее сильные и устойчивые конкурентные позиции на рынке интернет-торговли товарами аналогичного ассортимента имеет компания «Wildberries», при наличии у нее угрозы снижения прибыли из-за роста накладных расходов по выполнению заказов, что неизбежно сопутствует ее деятельности в условиях нарастания занимаемой доли рынка. Перспективами усиления конкурентных позиций обладают компании «Citylink» в растущем количестве выполняемых онлайн заказов и «Ozon» с увеличивающейся долей рынка. Устранение описанных выше проблем позволит компаниям сохранить и увеличить конкурентные преимущества на рынке интернет-торговли без ущерба своему финансовому положению.

Список литературы

1. Что и как покупают в интернете жители России: аналитика и статистика за 2020 год. URL: <https://cms-rating.ru/chto-i-kak-pokupayut-v-internete/> (Дата обращения: 22.08.2020).
2. Raiding as a treat to economic security of Kuzbass coal mining enterprises / Tyuleneva T.A. // В сборнике: E3S Web of Conferences. Electronic edition. 2018.
3. Факторный анализ финансовых результатов / Круковская Т.А. // Бухгалтерский учет. 2010. № 11. С. 118-123.

Ермолаева Галина Сергеевна, старший преподаватель
(КузГТУ, г.Кемерово)

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Несмотря на процессы цифровизации экономики потребители продолжают испытывать затруднения при использовании финансовых услуг.

В условиях ограниченной доступности финансовых услуг отмечается низкое их качество, отсутствие выбора, чрезмерно высокая стоимость [1].

Преодолению данных барьеров может способствовать конкурентная среда.

Конкуренция способствует повышению качества оказываемых услуг, позволяет предлагать услуги на более выгодных условиях. Конкуренция характерна и для банковского сектора, и, в отличие от конкуренции в других сферах подразумевает экономическое соревнование за финансовые активы клиентов с целью повышения доступности финансовых услуг, как в традиционном доступе, так и с применением электронных доступов посредством использования приложений, разработанных финансовыми организациями, сети Интернет.

Развитие банковского сектора финансового рынка очень важно. Е.Н. Валиева считает банковский сектор одним из основных в составе финансового рынка, способных ускорить его развитие [2].

По мнению К.Э. Хмелевой повышению эффективности работы кредитных организаций способствует создание конкурентной среды [3].

П.Г. Исаева, С.К. Абдурахманов отмечают, что посредством формирования конкурентной среды удастся повысить эффективность функционирования кредитных организаций [4].

М.К. Чистякова, А.А. Анохина рассматривают создание конкурентной среды как фактор развития экономики в целом [5].

Нельзя не согласиться с Л.Т. Снитко, И.В. Савенковой, С.Н. Коваленко в том, что немаловажным фактором развития конкуренции в банковском секторе является увеличение степени доверия к банковской сфере со стороны клиентов [6]. Данная точка зрения подтверждается проведенным в конце 2019 года - начале 2020 с участием автора мониторинговым исследованием мнений жителей Кемеровской области относительно финансовых и в том числе банковских услуг. Так, в ходе проведенного исследования выявлено, что многие потенциальные клиенты отказываются от использования финансовых услуг ввиду отсутствия доверия к финансовым организациям [1].

На развитие конкуренции в банковском секторе оказывают влияние множество факторов. Так, в качестве факторов, влияющих на развитие конкуренции, Д.С. Чайкин выделяет ряд факторов, среди которых политические, экологические, социально-психологические, научно-технические и др. [7].

И.Е. Швейкин предлагает рассматривать банковскую конкуренцию в нескольких аспектах: с точки зрения покупателей, продавцов и государства. Каждый из трех аспектов может способствовать как развитию конкуренции, так и сдерживать ее. Кроме того, И.Е. Швейкин выделяет ряд факторов, влияющих на формирование конкурентной среды, наиболее существенным из которых считает качество предоставляемых услуг [8].

Однако А.Б. Фиапшев отмечает отсутствие приоритетов регулирования регионального сегмента банковского рынка. Развитие конкурентной среды происходит в условиях ограниченного количества кредитных организаций, подвергающихся укрупнениям. Происходит сокращение территорий присутствия кредитных организаций и снижение концентрации [9].

Монополизацию рынка отмечает А.А. Бисултанова [10]. Регулирование банковского рынка Центральным банком РФ приводит к сокращению числа его участников.

Для рынка банковских услуг в настоящее время характерны особенности конкурентной борьбы:

- с коммерческими банками конкурируют специализированные (ипотечные, инвестиционные и др.), небанковские финансовые организации, которые не предоставляют аналогичных банковским продуктам;
- результатами кооперации на банковском рынке в большинстве случаев становится олигополия;
- отсутствие межотраслевой конкуренции;
- отсутствие возможности совмещения банковской и других видов деятельности;
- жесткий контроль со стороны государства.

Таким образом, существует объективная необходимость развития конкурентной среды в банковском секторе для повышения качества предоставляемых услуг, финансовой доступности и интереса со стороны потребителей, однако ее развитие сопровождается специфическими особенностями и возможно при условии государственного контроля.

Список литературы

1. Ермолаева Г.С. Условия финансовой доступности: анализ и оценка востребованности услуг на финансовом рынке / Э.М. Лубкова, А.Э. Шилова, Г.С. Ермолаева, И.Н. Раззорова // Экономика и правление инновациями. – 2020. – № 1. – С. 75-83.
2. Валиева Е.Н. Конкуренция на рынке банковских услуг: теория и практика // Финансы и кредит. – 2014. – № 40 (616). – С.2-8.
3. Хмелева К.Э. Статистическая оценка показателей уровня конкуренции в банковском секторе // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2016. – № 1. – С. 72-78.
4. Исаева П.Г. Анализ конкурентоспособности банковской системы РФ / П.Г. Исаева, С.К. Абдурахманов // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – № 3 (28). – С. 49-52.
5. Чистякова М.К. Регулирование межбанковской конкуренции как фактор обеспечения устойчивости банковского сектора / М.К. Чистякова, А.А. Анохина // ФЭС: Финансы. Экономика. – 2019. – № 2. – С. 30-38.
6. Снитко Л.Т., Савенкова И.В., Коваленко С.Н. Об актуальных проблемах развития конкурентной среды в банковской сфере // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 4-1 (69). – С.936-942.

7. Чайкин Д.С. Факторы конкурентной среды в региональной банковской системе // Научный вестник государственного образовательного учреждения Луганской народной республики «Луганский национальный аграрный университет». – 2019. – № 7-1. – С.58-59.
8. Швейкин И.Е. Конкуренция на рынке банковских инвестиционных услуг: факторы развития. – 2015. – № 16 (640). – 32-40.
9. Фиापшев А.Б. Структура российской банковской системы и ее влияние на развитие конкуренции на рынке банковских услуг // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т.8. – № 1 (26). – С. 360-364.
10. Бисултанова А.А. Актуальные проблемы регулирования деятельности банков // Вектор экономики. – 2020. - № 4 (46). – С. 45.

Ерохина Карина Константиновна, студент гр. ОУб-181
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВИАКОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

В современных условиях формирования постиндустриального общества все большее значение приобретает скорость перемещения пассажиров и грузов в мировых масштабах, при этом существенно возрастает важность транспорта и особенно эффективной работы авиакомпаний на международном рынке авиатранспортных услуг. Последние статистические данные Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) свидетельствуют о том, что мир нуждается в полетах. Потребности в перевозке пассажиров и грузов расширяются за счет роста торговли, увеличения объемов туристических услуг и в целом развития глобальной экономики. При этом российский рынок является одним из наиболее динамично развивающихся, особенно относительно пассажирских перевозок [1].

Подходы к формированию и развитию конкурентоспособности авиакомпаний на международном рынке авиатранспортных услуг особенно актуально в современных условиях по следующим причинам:

- усиление конкуренции между различными видами транспорта;
- рост конкуренции непосредственно на авиатранспортном рынке;
- активизация деятельности низкократных авиаперевозчиков;
- либерализация воздушного пространства;
- быстрое развитие авиатранспортного рынка в Азии и, в меньшей степени, на Ближнем Востоке;
- продолжающийся рост стоимости авиатоплива;
- существующая угроза террористических атак;
- несоответствие пропускной способности аэропортов существующему и прогнозируемому спросу на авиаперевозки и неэффективные тех-

нологические процессы по обслуживанию как самих авиакомпаний, так и их пассажиров;

- несовершенство и перегруженность систем управления воздушным движением;

- необходимость гармонизации стандартов качества в различных регионах мира; ускорение технического прогресса вместе с постоянно растущими технологическими возможностями [3].

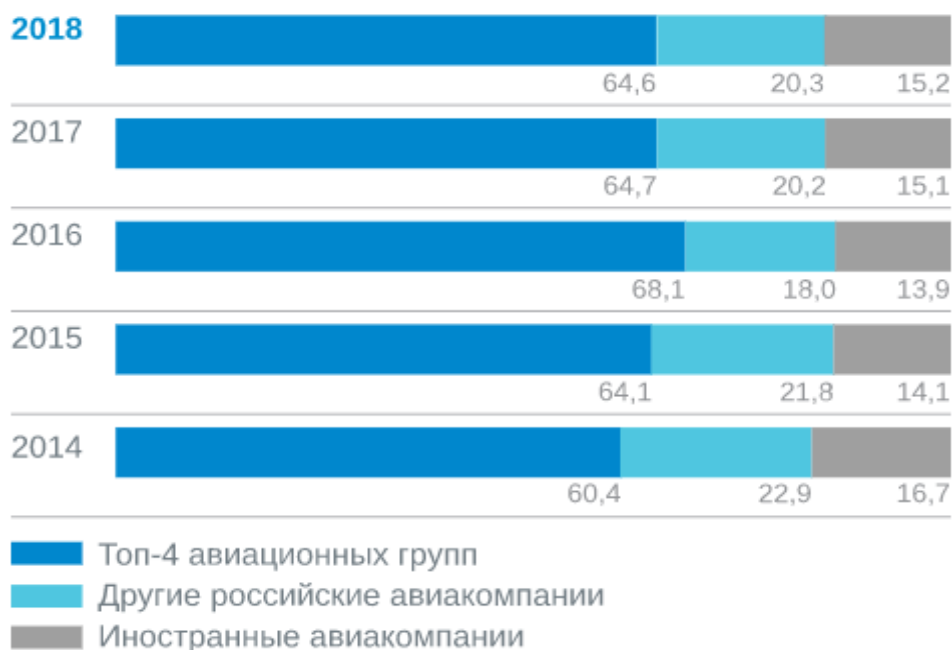


Рисунок 1 – Эволюция структуры российского рынка пассажирских авиаперевозок, % [2].

Для российских авиакомпаний на международном рынке дополнительно к вышеперечисленным проблемам добавляются вопросы, связанные с подготовкой персонала, прежде всего, летного; высокие таможенные пошлины на авиационную технику, тренажеры, запчасти; а также необходимость адаптации технологий и стандартов к ужесточающимся требованиям международных перевозок.

Международные перевозки как грузов, так и пассажиров растут год от года, и эксперты прогнозируют их дальнейший рост.

Организация IATA отмечает, что 2019 год стал первым со времен финансового кризиса 2009 года, когда рост пассажирских перевозок оказывается ниже долгосрочного тренда в 5,5%. В декабре рост составил 4,5% против значения ноября в 3,3%.

«Авиакомпании хорошо справились с тем, чтобы сохранить устойчивый рост в прошлом году на фоне множества трудностей. Более слабые экономические условия, низкая активность мировой торговли, политическая и геополитическая напряженность оказали давление на спрос», - отметил гендиректор IATA Александр де Жуньяк (Alexandre de Juniac).

Рост объема международных пассажирских авиаперевозок в 2019 году составил 4,1%, а внутренних - 4,5%. В декабре рост составил 3,8% и 5,8% соответственно.

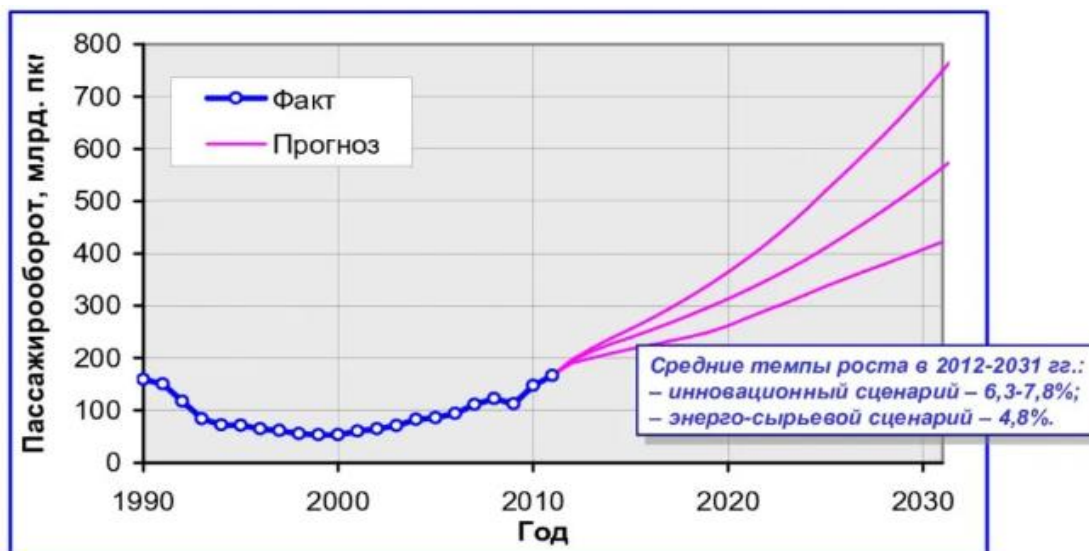


Рисунок 2 – Долгосрочный прогноз объемов авиаперевозок [4]

По данным IATA на декабрь в региональном разрезе, наибольший рост показателя наблюдался в странах Северной Америки – на 8,6%, в странах Ближнего Востока – на 5,9%, в Африке – на 5,4%. В Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР) рост составил 3,5%, в Европе – 2,5%, в Латинской Америке увеличение достигло только 1,5%.

По данным Росавиации, объем пассажирских авиаперевозок в России в 2019 году вырос на 12,6% в годовом выражении. В том числе объем международных пассажирских авиаперевозок компаниями РФ увеличился на 16,6%, внутренних – на 7,4%. В декабре объем пассажирских авиаперевозок вырос на 8,6%, в том числе международных – на 11,3%, внутренних - на 5,2%.

Очень важно для развития конкурентоспособности российских авиакомпаний решить вопрос инфраструктурного обеспечения деятельности.

Для доминирования в ключевых продуктах авиакомпаниям необходимо постоянно внедрять нововведения в свою деятельность. Например, на это направлено действие программы IATA «Упрощение бизнеса». Меры, предусмотренные в ней, являются обязательными для всех членов IATA. Одна из мер – внедрение электронного билета – направлена на снижение расходов авиакомпаний, была завершена в 2007 году [5].

Самое важное в конкуренции за компетенции – способность авиакомпаний создавать новые виды бизнеса или новое конкурентное пространство. Для этого:

- они должны быть уникальными для каждой отдельной организации,

- они основываются на комбинации базовых элементов, а именно: различных технологий, способности распространять информацию, коллективного обучения.

Очевидно, что авиакомпании должны постоянно совершенствовать свои производственные и продуктовые технологии, внедрять информационные технологии в процесс создания ценности для потребителей, повышать квалификацию сотрудников и корпоративный дух, развивать эффективность взаимодействия внутри организации и во внешней среде со своими заинтересованными группами [6].

Количество авиаперелётов в мире в марте 2020 года резко сократилось на 63% из-за коронавируса.

По оценке отраслевой исследовательской компании Cirium, в марте 2020 года количество авиарейсов в мире сократилось на 63% относительно аналогичного периода 2019-го. В США пассажирских авиаперелётов стало на 95% меньше из-за пандемии коронавируса COVID-19 и введённых для борьбы с ней мер.

К концу апреля 2020 года простаивают в общей сложности 16 тысяч пассажирских самолетов. Для двух третей лайнеров главной задачей является обеспечение таких условий на земле, чтобы техника сохраняла свою летную готовность к моменту восстановления рынка. На данный момент дальнейшее развитие авиапромышленности не известно [7].

Список литературы

1. Дунаева Н.О., Кузнецова Е.Ю. Конкурентоспособность авиакомпаний на международном рынке//Журнал экономика и менеджмент. - 2016. - С. 65.
2. Международный рынок пассажирских авиаперевозок. [Электронный ресурс]: <http://ar2018.aeroflot.ru/reports/aeroflot/annual/2018/gb/Russian/2020/.html> (дата обращения: 03.09.2020)
3. Веселова Е.В. Конкурентоспособность российских авиакомпаний на международных рынках пассажирских авиаперевозок. – 2015. – С. 7.
4. Долгосрочный прогноз объемов авиаперевозок [Электронный ресурс]: <https://slide-share.ru/lekcija-2-143881> (дата обращения: 03.09.2020)
5. Содружество авиационных экспертов. // Рост пассажирских авиаперевозок в мире в 2019 году [Электронный ресурс]: <https://www.aex.ru/news/2020/2/6/208293/> (дата обращения: 03.09.2020)
6. Баканов Г.Б. Стратегический менеджмент: Создание ключевых компетенций и их использование // Курс лекций. – 2014. [Электронный ресурс]: http://bizlog.ru/lib/b8/7_2.htm (дата обращения: 03.09.2020)
7. Tadviser // Пассажирские авиаперевозки. [Электронный ресурс]: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Пассажирские_авиаперевозки (дата обращения: 03.09.2020)

Жемерикин Олег Игоревич, к.э.н., ассистент
Жемерикина Юлия Игоревна, к.псих.н., доцент
(РТУ – МИРЭА, г. Москва)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ С ПОЗИЦИИ ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОХОДА

Изучению вопросов конкуренции и конкурентоспособности уделяется особое внимание в работах представителей разных отраслей общественных наук. Междисциплинарный характер понятия «конкуренция» подчеркивает перспективность исследования данного феномена [1, 9, 10]. В этой связи особым содержанием обладает проблема формирования и развития конкуренции в странах с развивающейся экономикой, в виду особенностей их перехода к рыночным отношениям. Кардинальные изменения, произошедшие во всех сферах хозяйственной жизни общества в данных странах, сформировали новые условия конкурентной среды, в которых конкурентоспособность экономического агента стала необходимым условием, определяющим эффективность его последующей деятельности [8]. Данная проблема приобретает особую значимость в контексте усиления влияния представителей крупных бизнес-сообществ на все стороны жизни нашего государства [4].

В таких условиях внутренние стимулы человека к полноценной жизни порой приобретают эгоистические формы, что на фоне несовершенства правовой базы, приводит к недобросовестной конкуренции. Данный феномен присущ всем сферам жизни общества, когда в погоне за личным благополучием индивид путем хитрости и обмана стремится заполучить искомое в ущерб интересов более перспективных представителей общества [3, 11, 12].

Актуальность исследования данной проблемы подчеркивается тем фактом, что она выходит за рамки какой-то одной отрасли общественных наук. К примеру, проблема конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности находится в предметной области психологии труда, а также социальной психологии, психологии развития, общей и экономической психологии [2, 13, 14].

Таким образом, многогранность и сложность изучения вопросов конкуренции и ее последствий не может быть полноценно рассмотрена в рамках какой-то одной отрасли научного знания и требует междисциплинарного подхода [6, 15]. Интегративный подход к изучению вопросов поведения экономических агентов в конкурентной борьбе позволяет выйти за рамки трактовки, устоявшейся в неоклассической парадигме. В рамках данной школы недобросовестная конкуренция предстает как составляющая часть поведенческих барьеров на пути формирования рынка здоровой конкуренции, а в качестве мотивов к такому поведению у экономических агентов рассматривается стремление к максимизации прибыли [5, 16]. Та-

кой подход ограничивает результаты и релевантность последующих экономических исследований, поскольку не учитывает особенности влияния социально-экономической среды на поведение экономических агентов.

Данное обстоятельство, на фоне ускоряющихся изменений в образе жизни и повсеместно возрастающего интереса к перспективам использования прогрессивных технологий (Индустрия 4.0), формирует адекватную потребность изучения недобросовестной конкуренции путем коллаборации представителей из разных областей общественных наук (экономика, психология, менеджмент, маркетинг, социология, политология и т.д.) [7, 17].

В целях создания целостной картины поведения экономических агентов нами было проведено обобщение прогрессивных представлений о человеке в таких общественных науках, как экономика и психология. В результате чего, комплексное представление, экономический агент выступает, как персонифицированный представитель социума, обладающий относительно собственным мнением, но подверженный влиянию внутренних стимулов и внешних мотиваций и зачастую действующий на основании устоявшихся стереотипов и шаблонов поведения [18].

Недобросовестная конкуренция в экономике есть ни что иное, как действия со стороны участников экономических взаимоотношений, направленные на ущемление интересов и/или права распоряжения ограниченным благом для потенциальных правообладателей посредством нарушения норм и правил, принятых в обществе.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что проблема конкурентоспособности экономических агентов в условиях рыночных отношений не потеряет актуальности с течением времени, поскольку научно-технический прогресс приводит к постоянному росту требований к уровню конкурентоспособности.

Список литературы

1. Гайдамашко И.В., Жемерикина Ю.И., Жемерикин О.И. Положительные и отрицательные аспекты конкуренции в условиях современной экономики // Человеческий капитал. 2014. № 12 (72). С. 93-96.
2. Жемерикина Ю.И., Падалка С.А. Конкуренция как движущая сила в процессе допрофессионального развития человека // Человеческий капитал. 2017. № 4 (100). С. 17-19.
3. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
4. Долгова И.В., Шкарпетина Е.В., Урумова Ф.М., Лобачева Е.Н. Стратегия импортозамещения в России: бизнес и инновации – основа конкурентоспособности национальной экономики // Гуманитарный вестник. 2017. № 10 (60). С. 8.

5. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
6. Алиев А.Т., Урумова Ф.М. Вызовы, проблемы и риски становления современной российской экономики // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. Т. 6. № 3. С. 183-190.
7. Гавриленко Т.Ю., Проворова И.П. Сетевая экономика как феномен информационного общества // Российский технологический журнал. 2016. Т. 4. № 1 (10). С. 53-61.
8. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
9. Гавриленко Т.Ю., Григоренко О.В. Трансформация факторов производства в инновационной экономике // В сборнике: Актуальные вопросы современной экономической науки. Сборник докладов XIX-й Международной научной конференции. Ответственный редактор А.В. Горбенко. 2015. С. 11-15.
10. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
11. Гавриленко Т.Ю., Жемерикин О.И. Промышленный интернет вещей в химическом комплексе России и инструменты проектного управления: особенности имплементации // В сборнике: Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. 2019. С. 259-264.
12. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
13. Жемерикина Ю.И., Жемерикин О.И. Социально-психологические аспекты неформального сектора экономики Российской Федерации // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 8. С. 1211-1218.
14. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
15. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-920.
16. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.

17. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.

18. Череповская Н.А. Анализ внедрения цифровых технологий в отрасли экономики // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 2 (119). С. 620-623.

Жернов Евгений Евгеньевич, заведующий кафедрой экономики,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

Актуальность темы исследования обусловлена острой конкурентной борьбой в сфере знаний на глобальных и национальных рынках товаров, услуг и капитала [1]. Конкурентность знаний предполагает соответствующую трансформацию фирмы.

Конкурентное преимущество фирмы обычно определяют, как стабильное получение ею более высокого показателя прибыли по сравнению с конкурентами на одном и том же рынке. Более высокая прибыльность как проявление конкурентного преимущества сегодня зависит в первую очередь от уровня знаний сотрудников фирмы. Лояльность высокообразованных сотрудников способствует стабильности получения прибыли. Именно они – единственный реальный источник конкурентного преимущества, как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе.

В первом случае конкурентоспособность фирмы зависит от цены и качества выпускаемой ею готовой продукции. Однако фирма, участвуя в текущей конкуренции с соблюдением внешних стандартов качества и себестоимости продуктов, теряет свои отличительные преимущества. А экономя на непрерывном обучении персонала, утрачивает долгосрочные конкурентные преимущества.

Во втором случае конкурентоспособность означает создание уникального продукта первыми и с более низкой себестоимостью, чем у конкурентов. И здесь фирма использует внутренние факторы – уникальные навыки и умения своих сотрудников – с тем, чтобы обеспечить новую потребительскую ценность выпускаемого продукта. Уровень квалификации персонала конкурентоспособной фирмы при этом должен быть выше среднеотраслевого. Прежде всего, это касается руководства фирмы: насколько оно способно объединять производственные навыки рабочих и технологии специалистов для создания нового конкурентного пространства, обеспечивая потребительскую ценность. В этом руководстве призвана помочь такая новая управленческая технология как менеджмент знаний. Роль управления знаниями (далее – УЗ) заключается в формировании ключевых компетенций мотивированных персональных носителей знаний,

добровольно обменивающихся ими в процессе своей трудовой деятельности.

Ключевая компетенция состоит в формировании концепции нового продукта, обладающего потребительской ценностью. Последняя предполагает высокий уровень автоматизации и цифровизации производства и управления, их экономическую эффективность, применение ресурсосберегающих природоподобных технологий, остро необходимых промышленным предприятиям Кузбасса – старопромышленного ресурсодобывающего региона. Ориентир здесь – наличие связи между знаниями сотрудников и технологическим базисом создания ценности для потребителя [2].

На передний план выходит обладание работниками новыми знаниями. Фирма может нанять новых сотрудников, уже обладающих необходимыми знаниями, а может обучить имеющихся работников под конкретные цели. Здесь рынок товаров пересекается с рынком знаний и рынком труда. Появляется особый вид товара, связанный с товаром рабочая сила [3], – знание. Рассматриваемая роль УЗ проистекает из природы того исторического периода времени, в котором находится современный капитализм: «это – время, когда даже то, что дотоле передавалось, но никогда не обменивалось, дарилось, но никогда не продавалась, приобреталось, но никогда не покупалось, – добродетель, любовь, убеждение, знание, совесть и т.д., – когда все, наконец, стало предметом торговли» [4, с. 73]. Знание стало предметом торговли, то есть товаром. Следовательно, на него распространяются все принципы конкуренции, видоизмененные условиями постиндустриального периода развития [5].

В связи с обострением конкуренции в период кризиса многие руководители осознают значение знаний как стратегического ресурса и выстраивают УЗ как конкурентную стратегию. Разработка стратегии УЗ предполагает определение уникальных, не поддающихся воспроизведению конкурентами интеллектуальных ресурсов, которые и обеспечивают в экономике знаний конкурентоспособность фирмы.

К примеру, при стремлении фирмы к достижению конкурентного преимущества за счет высокого качества услуг потребителю ее усилия направлены на получение знаний о потребителях и на обучение персонала методам работы с клиентами. Эффективное использование полученных знаний делает их фактором конкурентоспособности.

Стратегия УЗ, направленная на обучение и развитие творческих когнитивных способностей работников, их неподражаемых навыков и умений, добровольный обмен знаниями, является приоритетной в становящейся экономике знаний. Это повышает ответственность работников за обновление, расширение и обмен знаниями, но и требует адекватной поддержки со стороны руководства фирмы.

Люди, как правило, не хотят делиться имеющимися у них знаниями, боясь утратить свое конкурентное преимущество. Поэтому для управления внутренней конкуренцией руководству мало создать систему материально-

го и морального стимулирования, но следует сформировать культуру знаний, основанную на новой философии бизнеса. Последняя подразумевает качественное изменение роли в фирме работника, обладающего знаниями.

Работник самостоятельно, по собственной инициативе, должен искать новые знания и добровольно обмениваться ими с другими сотрудниками, не теряя своего конкурентного преимущества. К такому поведению в рамках подхода «снизу – вверх» его могут подвигнуть, согласно рекомендациям Американского центра производительности и качества, следующие мероприятия.

1. Установка четких амбициозных целей фирмы и вознаграждение персонала за их достижение совместными усилиями, поскольку в одиночку сделать это невозможно. Кроме того, вознаграждают тех сотрудников, которые извлекли полезную информацию из внешних источников и, преобразовав ее в собственные знания, поделились ими со всеми сотрудниками фирмы.

2. Проведение разнообразных соревнований и конкурсов между группами сотрудников по изучению проблем, интересных собственнику фирмы, с обязательным награждением победителя и «перетасовыванием» групп в последующих соревнованиях.

3. Постоянное внедрение внутренних новшеств для выработки у персонала быстрых реакций на непредвиденные внешние изменения бизнес-среды, вызванные действиями конкурентов.

Таким образом, развитие персонала через подход «снизу – вверх» – приоритетная тактика достижения стратегических целей фирмы путем УЗ.

Жесткая конкуренция на внутреннем и внешнем рынках вынуждает фирму к формализации знаний в системе управления знаниями (далее – СУЗ). Так, компания «Хьюлетт-Паккард» приступила к внедрению СУЗ, как под влиянием собственного роста (на начало 1980-х годов численность персонала составила 57 тысяч работников), так и из-за неустойчивости своих позиций на новом рынке – рынке компьютерных технологий и оборудования [6]. Сложившаяся в компании система неформального управления интеллектуальными ресурсами была изменена руководством на формализованную СУЗ. Причем интересно отметить, что делиться своими знаниями сотрудники начали в неформальной обстановке: в ходе проведения внутренних семинаров, размещения во внутренней сети интранет составленных ими документов, презентаций и баз данных.

Внутренняя конкуренция за знания в фирме – серьезное препятствие для внедрения СУЗ. Объясняется эта конкуренция тем, что работнику невыгодно делиться своими знаниями с коллегами. Он постоянно опасается, что его идеи или ноу-хау будут похищены и присвоены другими. Во многом эта проблема порождена слабой социализацией: разобщенностью людей, отсутствием внутрифирменных профессиональных сообществ. Поэтому социализация менеджмента знаний осуществляется путем его тесной связи с управлением персоналом.

Приоритеты в СУЗ, на наш взгляд, должны сместиться со стандартных информационных технологий в пользу работы с персоналом по поиску идей и увеличению уникальных интеллектуальных преимуществ перед конкурентами.

Направлениями наращивания знаний согласно конкурентоспособной стратегии бизнеса являются: 1) выявление и использование факторов возрастания уровня квалификации (компетенции) работников; 2) сочетание рутинных и творческих задач, решаемых ими; 3) использование влияния новых технологий на эффективность фирмы; 4) сетевое взаимодействие субъектов экономики знаний.

Итак, можно сделать основные предварительные выводы.

1. Конкурентными преимуществами фирмы в экономике знаний являются скорость получения ее работниками новых знаний и их воплощение в технологиях и товарах.

2. Инновационные идеи сотрудников, обладающих профессиональными знаниями и практическим опытом, могут обеспечить фирме значительное конкурентное преимущество при создании продукта или услуги, наилучшим образом удовлетворяющих потребности клиентов. Основное условие достижения превосходства над конкурентами – это поиск и развитие новых идей работниками и их сообществами.

3. Деятельность по УЗ направлена на создание дополнительных ценностей для потребителей и получение конкурентных преимуществ фирмы на занимаемом ею сегменте отраслевого рынка.

4. В целом внедрение технологии УЗ способствует укреплению конкурентной позиции фирмы на рынке путем повышения эффективности всей ее деятельности.

Список литературы

1. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее: Создание рынков завтрашнего дня. Пер. с англ. – Москва: Олимп-Бизнес, 2002. – 275 с.
2. Жернов Е.Е., Нехода Е.В., Редчикова Н.А. Этические аспекты концепции создания общих ценностей // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 12. – С. 4077–4092. – DOI: 10.18334/rp.19.12.39630
3. Логачев В., Жернов Е. «Интеллектуальный капитал» с позиции трудовой теории стоимости // Экономист. – 2006. – № 9. – С. 36–41.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 4. – Москва, 1955. – 638 с.
5. Жернов Е.Е. Трансформация конкуренции в экономике знаний: новые условия, формы и модели // Конкуренция и монополия: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования (Кемерово, 15–16 октября 2019 г.) / под общ. ред. Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова; КузГТУ. – Кемерово, 2019. – С. 60–64.

6. Паккард Д. Завоевание пространства: Как это делается у нас в «Хьюлетт-Паккард». Пер. с англ. – Санкт-Петербург: Азбука – Терра, 1997. – 208 с.

Захарова Мария Александровна, Нечаева Анастасия Алексеевна,
студентки гр. 06701

Научный руководитель – Мельникова Валентина Григорьевна,
к.ю.н., доцент

(Юридический институт НИ ТГУ, г. Томск)

РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ В ПРОЦЕССЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

Современная экономическая политика, управление государственными и муниципальными финансами тесно связаны с вопросами формирования и осуществления закупок для целей обеспечения государственных и муниципальных нужд. Государственные закупки являются мощным инвестиционным инструментом развития страны, а государство как её крупнейший инвестор обладает значительной покупательской способностью, оказывая значительное стимулирующее воздействие на экономику в целом.

Вместе с тем, помимо удовлетворения экономических интересов, особый статус заказчика предполагает соблюдение определенных требований к предмету закупки, в том числе соблюдение требований экологического законодательства. В этой связи можно обратиться к Экологической доктрине РФ [1], в которой подчеркивается, что формирование и реализация стратегии социально-экономического развития страны и государственная политика в области экологии должны быть взаимосвязаны, поскольку здоровье, социальное и экологическое благополучие населения находятся в неразрывном единстве. Возникает вопрос с тем, как соотносится данный подход с принципом обеспечения конкуренции в сфере закупок, закрепленным в статье 8 Федерального закона №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [2].

Стоит начать с того, что согласно статье 3 Федерального закона №7-ФЗ «Об охране окружающей среды» [3] любая хозяйственная и иная деятельность, оказывающая воздействие на окружающую среду, осуществляется на основе принципов презумпции экологической опасности соответствующей деятельности и обязательности проведения государственной экологической экспертизы проектов и иной документации, обосновывающих хозяйственную и иную деятельность, которая может оказать негативное воздействие на окружающую среду.

В связи с этим УФАС по Омской области указывает, что непредоставление участником закупки заключения государственной экологической экспертизы создает предпосылки для заключения контракта с лицом,

неспособным к исполнению обязательств с учетом всех требований законодательства, а также влечет для заказчика риск поставки товара, не отвечающего требованиям законодательства об охране окружающей среды [4].

Несмотря на достаточно подробное регулирование процедуры закупки ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», на уровне УФАС субъектов РФ, а также кассационных судебных инстанций возникают споры об этапе закупки, на котором данная документация должна быть предоставлена.

Так, согласно позиции УФАС г. Новосибирска, закон не обязывает участника закупки иметь в наличии товар в момент подачи заявки, а, следовательно, и получать данное заключение, в противном случае будут иметь место признаки ограничения доступа к участию в закупке [5].

Противоположные выводы из законодательства были сделаны Арбитражным судом Московского округа. В части установления требования о представлении положительного заключения государственной экологической экспертизы суд указал, что если в соответствии с законодательством объект закупки предусматривает необходимость проведения государственной экологической экспертизы, то заказчик обязан требовать заключение такой экспертизы. Если заказчик не требует представить в составе заявки на участие в аукционе заключение, он нарушает законодательство и действует в ущерб добросовестным участникам [6].

В связи с этим ФАС России также обращает внимание, что статьей 101 Закона о контрактной системе установлено, что заказчик обязан осуществлять контроль за исполнением поставщиком (подрядчиком, исполнителем) условий контракта в соответствии с законодательством Российской Федерации [7].

Очень важно отметить, что Закон №44-ФЗ содержит значительную правовую возможность для повышения экологического благополучия посредством использования экологических параметров уже после этапа подачи заявки – на этапе оценки заявок на участие в конкурсе. Так в п. 3 ч. 1 ст. 32 Федерального закона обеспечена возможность предъявления экологических требований путем установления для участников закупки в том числе такого критерия, как экологические характеристики объекта закупки. Проблемой применения данного положения является то, что понятие экологических характеристик никак не определено для целей госзакупок. Данная правовая неопределенность не позволяет эффективно использовать предусмотренный законом механизм.

Актуальность обозначенной проблематики подтверждается большим массивом правоприменительной практики. Так за последние пять лет только УФАС по субъектам РФ было рассмотрено около сорока дел, связанных с соблюдением экологических требований в сфере закупок. Также подобные споры неоднократно доходили до апелляционных и кассационных инстанций арбитражных судов.

Говоря о роли экологической экспертизы в процессе закупок, стоит иметь в виду следующее. Во-первых, российское законодательство и без привязки к процессу закупок требует проведения экологической экспертизы для определенных видов деятельности, которые могут оказать негативное воздействие на окружающую среду, создать угрозу жизни, здоровью и имуществу граждан, на соответствие требованиям правовых актов в области охраны окружающей среды.

Во-вторых, если в качестве условий закупок будет отсутствовать требование о наличии положительного заключения экологической экспертизы, обнаружившееся в последующем несоответствие предмета закупки установленным законом стандартам приведет к несоразмерным расходам для заказчика, связанным с проведением повторного конкурса.

Кроме того, обладая значительной покупательской способностью, государство может сыграть важную роль в улучшении экологической ситуации. Органы государственной власти с помощью этого механизма могут стимулировать производителей к развитию и использованию высоких технологий, повышению энергоэффективности товаров, производству экологической продукции.

Как мы видим из приведённого выше анализа правоприменительной практики, по мнению одних ведомств, это ограничивает конкуренцию, по мнению других, наоборот способствует добросовестной конкуренции. Мы же считаем, что участники закупки как профессиональные участники оборота, осуществляющие свою деятельность в целях удовлетворения публичных нужд, напротив должны отвечать повышенным требованиям к предоставляемым товарам, выполняемым работам, оказываемым услугам.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 августа 2002 года № 1225-р «Об Экологической доктрине Российской Федерации». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Федеральный закон от 10 января 2002 года № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Решение УФАС Омской области по жалобе ООО «Транссервис» от 25 февраля 2019 г. №055/06/69-104/2019. URL: <https://br.fas.gov.ru/to/omskoe-ufas-rossii/9c88ca37-e83b-4034-8353-c2dda74648fb/>
5. Решение УФАС г. Новосибирска по жалобе Общества с ограниченной ответственностью «Эспресс-Трейдинг» от 10 октября 2019 г. №054/01/18.1-1935/2019. URL: <https://br.fas.gov.ru/cases/d2ad75f1-e8d1-498f-98e0-6915f6551915/>

6. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 8 августа 2019 по делу №А40-265140/2018. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_331927/492bfbf2a777da9fe42bbd042148a3cf6a992d5f/

7. Письмо ФАС России от 23.07.2018 №АК/57142/18 «О конкурсных процедурах при закупках противогололедных реагентов». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307211/

Зенина Виктория Викторовна, студент гр. ЭКБ-53.
Научный руководитель – Чернованова Надежда Викторовна, к.э.н., доцент
(ВолГАУ, г. Волгоград)

ПРОБЛЕМЫ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В настоящее время в существующих рыночных экономических отношениях свобода выбора для покупателей и продавца занимает ключевое и главное значение. Весь механизм рыночных отношений подвластен соотношению спроса и предложения, что обязательно предполагает активное действие конкуренции.

Конкуренция является основополагающей любого рынка, который является выгодным для клиента. Честная борьба между конкурентами способствует дальнейшему развитию и эволюционированию рыночных отношений, способствует соотношению адекватной цены и хорошего качества товаров и услуг, появлению новых технологий и производству еще большего количества необходимых услуг [1].

Наше российское антимонопольное законодательство запрещает недобросовестную конкуренцию, которая тормозит процесс развития экономики страны в целом, подавляет многие положительные факторы, возникающие при открытом и честном противостоянии.

Под недобросовестной конкуренцией понимают любые действия хозяйствующих субъектов, которые направлены на получение выгоды для осуществления своей предпринимательской деятельности, противоречие законодательству Российской Федерации, добропорядочности рыночных отношений, справедливости, а также наносящие ущерб конкурентам.

Такой конкуренции соответствуют следующие черты, которые указаны на рисунке 1.

Важнейшим источником правового регулирования конкурентных отношений является Конституция Российской Федерации, которая, с одной стороны, закрепляет право каждого на использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности, а с другой, устанавливает запрет экономической деятельности, направленной на монополизацию и недобросовестную конкуренцию [4].

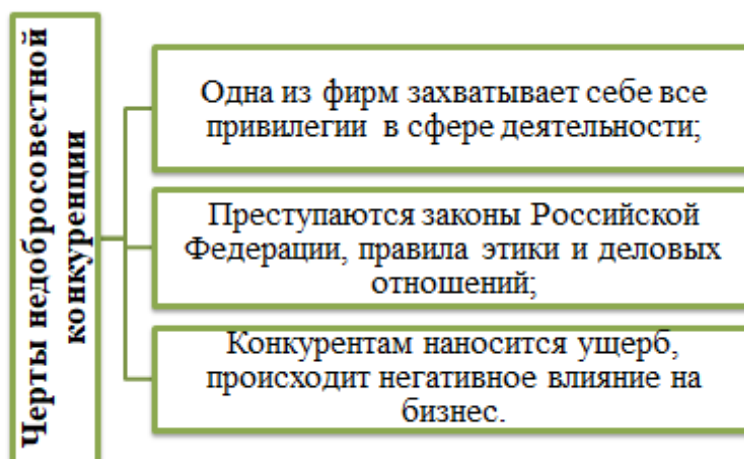


Рисунок 1 – Основные черты недобросовестной конкуренции

Для предупреждения и пресечения недобросовестной конкуренции существует антимонопольный орган. Такой орган является Федеральной антимонопольной службой России, являющейся федеральным органом исполнительной власти, осуществляющий функцию по принятию нормативно правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства в Российской Федерации.

Такой орган осуществляет ряд полномочий, чтобы в нашем государстве искоренить недобросовестную конкуренцию.

1) Проводится проверка соблюдения антимонопольного законодательства как коммерческими организациями, так и физическими лицами, получая от них при проверке интересующие органа документы, разъяснения по этим документам;

2) Направляет предостережение о недопустимости нарушения антимонопольного законодательства;

3) Выдается предупреждение о прекращении действий или бездействий, которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства;

4) Возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства;

5) И привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства всех причастных.

В современное время на территории России чаще всего недобросовестная конкуренция выступает в виде подкупов, когда нечистые на руку бизнесмены путем взяточничества направляют различные проверки в фирмы своих конкурентов [2].

34 статья Конституции РФ является одним из главных законодательных актов, который говорит о недопустимости монополизации и прав на предпринимательскую деятельность.

Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» является основным законодательным актом, на основании которо-

го антимонопольный орган осуществляет защиту от недобросовестной конкуренции.

Процедура пресечения недобросовестной конкуренции определяется отдельными положениями Закона о защите конкуренции, а также административным регламентом Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской Федерации, утвержденным приказом ФАС России [3].

Административная ответственность за недобросовестную конкуренцию установлена статьей 14.33 «Недобросовестная конкуренция» Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Административная ответственность за недобросовестную конкуренцию

№ п/п	Ответственность за недобросовестную конкуренцию
1.	Недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи, влечет <i>наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.</i>
2.	Недобросовестная конкуренция, выразившаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, влечет <i>наложение административного штрафа на должностных лиц в размере двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее ста тысяч рублей.</i>

Во избежание недобросовестной конкуренции в наше время, порядочным производителям следует в первую очередь соблюдать антимонопольное законодательство. Следует изучить все нормы Федеральной антимонопольной службы и, в последствии, выполнять их.

Необязательно вступать в войну с недобросовестным конкурентом, ведь для таких ситуаций существуют законные способы борьбы с ними. Зачастую «темные» бизнесмены пользуются утечкой информации из организаций, от которых хотят избавиться. Во избежание утечек следует обезопасить свои компании строгим контролем за информацией о производстве. Так же немаловажным является осведомленность в действующем законодательстве. Предпринимателем следует обзавестись хорошим квалифицированным юристом, который следил бы за всеми изменяющимися со-

бытиями в законодательных актах. И в заключении, если борьбу в одиночку вести сложно, следует обязательно подключить антимонопольную службу.

Список литературы

1. Городов О. А. Недобросовестная конкуренция : учебное пособие / О. А. Городов, А. В. Петров, Н. А. Шмигельская; под редакцией О. А. Городова. – Москва : Юстицинформ, 2020. – 324 с.
2. Коробейникова О.М. Цифровые инновации для кредитной кооперации. – Коробейникова О.М., Коробейников Д.А., Голубева Е.В., Чернованова Н.В. Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2020. № 1 (50). С. 63-71.
3. Шеварлич М. Рекомендации по формированию системы внутренней управленческой отчетности в спк «Восток». – Шеварлич М., Чернованова Н.В., Ягупова Е.В., Токарева Е.В. В сборнике: приоритетные научные исследования и инновационные технологии в АПК: Наука - производству. материалы Национальной научно-практической конференции. 2019. С. 163-169.
4. Чернованова Н.В. Автоматизация калькуляции для оперативного управления конкурентоспособностью предприятия. – Чернованова Н.В. В сборнике: Мировые научно-технологические тенденции социально-экономического развития АПК и сельских территорий. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию окончания Сталинградской битвы. 2018. С. 82-87.

Иванова Татьяна Борисовна, д.э.н., профессор
(ВИУ-филиал РАНХиГС, г. Волгоград)

РАЗВИТИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ

На протяжении всего XX века человечеством разрабатывались различные меры антимонопольного регулирования. В России активная работа в этом направлении стала вестись с 1991 года с принятием Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Основные положения закона – о государственной конкурентной и антимонопольной политике, формах недобросовестной конкуренции, пределах допустимой экономической концентрации производства и сбыта, были развиты и трансформированы в 2005-2006 годы в первом российском антимонопольном пакете, в основе которого лежит закон 135-ФЗ «О защите конкуренции». Были уточнены понятия товара, товарного рынка, определены понятия координации деятельности хозяйствующих субъектов третьим лицом, наносящая ущерб конкуренции, согласованных действий. В 2008 – 2009 годах был принят второй антимонопольный пакет.

Изменился метод определения монопольно низкой и монопольно высокой цены, появилось понятие «государственные или муниципальные преференции».

В 2012 году вступил в силу «третий антимонопольный пакет», в котором были уточнены требования к антиконкурентным соглашениям и согласованным действиям, критерии монопольно высокой цены. Расширяются формы воздействия органов государственного регулирования на деятельность хозяйствующих субъектов: антимонопольный орган получает право выдавать хозяйствующему субъекту, занимающему доминирующее положение, предупреждение о прекращении действий (или бездействия), которые содержат признаки нарушения антимонопольного законодательства. Была разработана и принята административная процедура рассмотрения жалоб на действия (бездействие) организатора торгов, оператора электронной площадки, конкурсной или аукционной комиссии при организации и проведении торгов, заключении договоров по результатам торгов или в случае, если торги, проведение которых является обязательным в соответствии с законодательством Российской Федерации, признаны несостоявшимися.

«Четвертый антимонопольный пакет» был принят в 2015 году. Был введен комплекс мер, направленных на либерализацию и совершенствование антимонопольного законодательства в России. Например, расширен перечень лиц, которым направляется предупреждение о недопустимости нарушения антимонопольного законодательства, за счет включения в него должностных лиц органов власти различных уровней. В составе ФАС России появился коллегиальный орган, призванный давать разъяснения по вопросам практики применения антимонопольного законодательства и рассматривать жалобы на решения территориальных антимонопольных органов.

В настоящее время разрабатывается и обсуждается пятый антимонопольный пакет. Поправки коснутся в первую очередь IT-сферы. Так, предполагается ввести в законодательство такие новые понятия как «сетевые эффекты», «ценовой алгоритм», «доверенные лица», уточнить понятие «соглашение». Например, под ценовым алгоритмом понимают программное обеспечение, на основе которого компании анализируют рынки и рассчитывают стоимость своих товаров и услуг. Сейчас с помощью него фирмы могут проводить мониторинг цен на товарном рынке, совершать действия на торгах. Если это программное обеспечение начинает использоваться для построения отношений с конкурентами, то такие действия могут приводить к формированию картельного сговора. Поэтому планируется ввести дополнительные критерии допустимости подобных действий.

В Докладе ФАС за 2019 год [1] намечены новые направления развития антимонопольного законодательства. Одно из них связано с антимонопольным иммунитетом для интеллектуальной собственности,

который связан с тем, что запреты на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением и на ограничивающие конкуренцию соглашения между ними не распространяются на результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации юридического лица или продукции, работ, услуг. В докладе указано, что в развитых рыночных экономиках законодательство не содержит таких исключений. Такой же подход заложен и в международных соглашениях. Соглашением TRIPS (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) установлен приоритет публичного над частным, то есть заложено, чтобы интеллектуальные права не сдерживали развитие технического прогресса. В 2014 году Организация экономического сотрудничества (ОЭСР) отметила в Обзоре по интеллектуальной собственности и антимонопольным практикам использование в патентном праве Евросоюза и США концепции FRAND (fair, reasonable, and non-discriminatory), связанной с дополнительными обязанностями правообладателей, ограничивающими патентные права. Хотя в российской научной литературе часто обосновывается, что инновации будут сокращены, если предприятия не получают соответствующего финансового обеспечения возвратности своих затрат на НИОКР [3].

Новый импульс развитию антимонопольного регулирования дала пандемия коронавируса. 27 апреля 2020 года ОЭСР представила документ «Ответные меры политики ОЭСР в области конкуренции на COVID-2019» [2]. Так как страны мира стали применять различные инструменты поддержания экономики (гранты, субсидии, банковские гарантии и т.п.), то появилась опасность искажения конкуренции. Чтобы не допустить этого ОЭСР предлагает, чтобы принимаемые меры были прозрачными, временными с дальнейшим мониторингом их эффективности.

Одновременно ОЭСР предлагает изменить подходы к оценке антиконкурентных практик. Предлагается вводить в антимонопольное законодательство понятия кризисных картелей и спасительных слияний. Первые представляют собой соглашения между хозяйствующими субъектами о ведении совместных научно-исследовательских работ, производстве и распределении основных жизненно необходимых товаров. Для оценки результатов деятельности кризисных картелей предлагается использовать следующие показатели: динамику цен (не допускать их быстрого роста), отсутствие жестких ограничений стоимости товаров, работ, услуг, ограниченность во времени. По мере исчерпания потребности в кризисных картелях они должны быть трансформированы. Спасительное слияние для антикризисного воздействия возможно, если одна из компаний становится несостоятельной и если слияние не произойдет, то вынуждена будет покинуть рынок, её активы исчезнут и одновременно альтернативы такому слиянию за счет альтернативной сделки или реорганизации не существует. ОЭСР призывает органы антимонопольного регулирования разрешать такие слияния после тщательного изучения последствий их влияния на рынок.

Например, для развития рынка органических продуктов [4] возникает необходимость для формирования достаточных по объему партий её поставки соглашений или кооперации между мелкими производителями, стремящимися повысить устойчивость своего функционирования за счет производства экологически чистой продукции

В целом, антимонопольное регулирование является гибким, постоянно изменяющимся инструментом, отвечающим на встающие перед человечеством вызовы и угрозы.

Список литературы

1. Доклад о состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2019 год. [Электронный ресурс] // Федеральная антимонопольная служба, М.: 2020. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/documents/686911>- [05.09.20].
2. Обзор за 24 - 30 апреля 2020 [Электронный ресурс] // Отчеты и рекомендации ОЭСР в связи с пандемией коронавируса. – Режим доступа: <https://oecd-russia.org/media/covid19/6.pdf> - [05.09.20].
3. Иванова Т.Б. Инвестиции: доходность, риск, ликвидность, дюрация. – Волгоград, ВАГС, 2008. – 191с.
4. Митрофанова И.В., Иванова Т.Б., Вишневецкий В.С., Честнова М.А. Производство органических продуктов питания как фактор повышения устойчивости АПК Юга России // Региональная экономика. Юг России. – 2018 - № 4 – С.182-195. DOI 10.15688/куюмщдыгю2018.4.18.

Казакова Юлия Александровна, студент гр. ФКмз-191.
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н.,
доцент кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАО «ВОСТОЧНЫЙ ЭКСПРЕСС БАНК»

Под конкурентоспособностью коммерческого банка стоит подразумевать умение руководством управлять своими слабыми и сильными сторонами, с целью создания конкурентных преимуществ и нивелирования любых угроз/рисков в рамках банковской и кредитной деятельности [2].

Управление конкурентоспособностью коммерческого банка подразумевает систему, которая и управляет конкурентными преимуществами и недостатками кредитной организации, с целью повышения ее конкурентоспособности в сравнении с рыночными конкурентами, функционирующими в банковской системе страны [1].

Актуальность научного исследования обусловлена тем, что условия функционирования коммерческих банков в условиях пандемии коронавируса ухудшаются, в связи с чем необходимо принятие мер, направленных на совершенствование финансово-хозяйственной деятельности.

Однако, процесс повышения конкурентоспособности коммерческого банка ПАО «Восточный экспресс банк» сопряжен с негативным влиянием различных барьеров, препятствующих эффективной реализации разработанных руководством мероприятий.

Анализируя уровень конкурентоспособности, необходимо обратиться к финансовой отчетности кредитной организации, опубликованной на официальном сайте банковского регулятора России – ЦБ РФ.

Так, наиболее важным показателем финансовой устойчивости коммерческого банка ПАО «Восточный экспресс банк» является финансовый результат. Стоит обратиться к рис. 1, где изображена динамика финансового результата банковской деятельности организации в период последних пяти лет.

Анализируя динамику показателя финансового результата на рис. 1, можно прийти к следующему заключению: банковская деятельность ПАО «Восточный экспресс банк» демонстрирует положительную тенденцию, поскольку в период 2015-2016 гг. были зафиксированы убытки в размере 5,62 млрд. руб. и 3,828 млрд. руб. соответственно.

С 2017 г. кредитная организация начала генерировать прибыль, увеличивая ее значения с 1,184 млрд. руб. до 2,279 млрд. руб. в 2019 г.

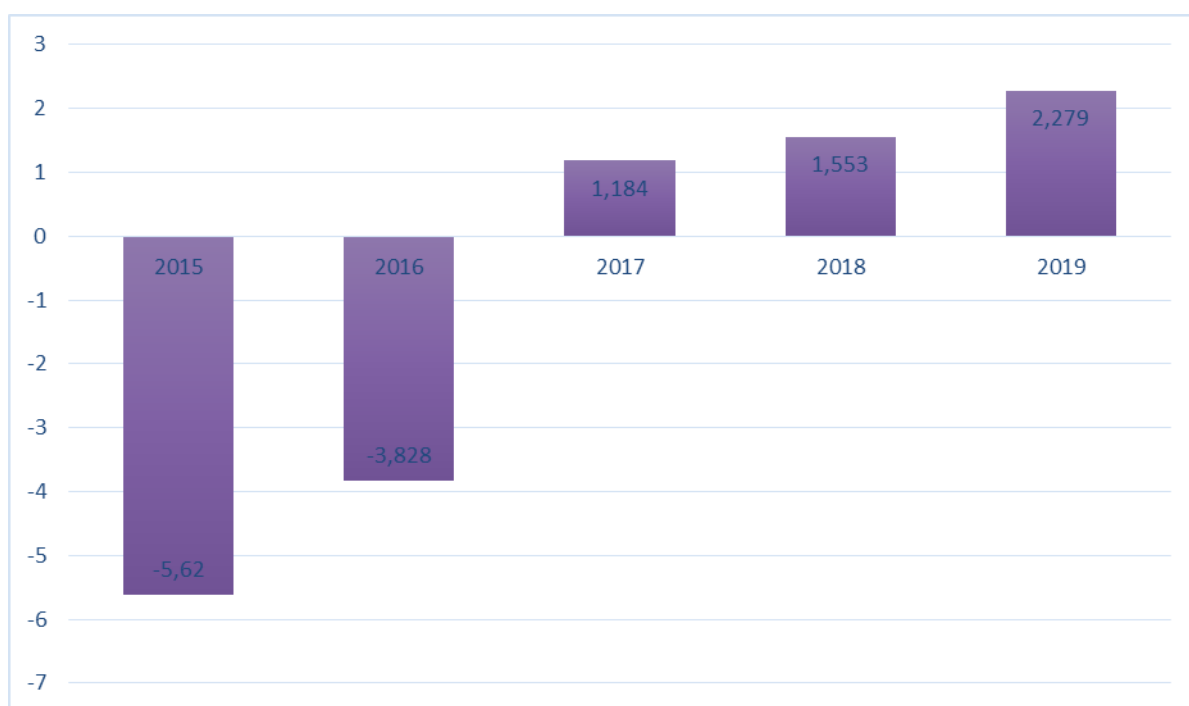


Рисунок 1 – Динамика финансового результата деятельности ПАО «Восточный экспресс банк» в период 2015-2019 гг., млрд. руб. [4]

Однако, текущие условия развития банковской системы Российской Федерации сталкиваются с барьерами, которые осложняют процесс повышения конкурентоспособности коммерческих банков.

В виду современных условий распространения пандемии коронавируса, формируются различные угрозы и риски, которые могут отрицательно повлиять и на конкурентоспособность коммерческого банка ПАО «Восточный экспресс банк», а также привести к следующим негативным последствиям:

- снижению объема розничных продаж банковских продуктов, включая снижение объема потребительского кредитования коммерческим банком;
- увеличению рисков кредитного портфеля банка, включая рост его просроченной потребительской задолженности и проблемного кредитного портфеля.

Также, в рамках развития отечественной банковской системы прослеживается негативное влияние следующих факторов на процесс повышения конкурентоспособности ПАО «Восточный экспресс банк»:

- высокая доля теневого сектора экономики, из-за чего трудно провести реальную оценку платежеспособности большего количества клиентов;
- плохое качество залогового имущества;
- макроэкономическая нестабильность, включая рост инфляции и замедленные темпы роста экономики;
- неустойчивость валютного и финансового рынков.

С целью совершенствования кредитной политики ПАО «Восточный экспресс банк», как главного элемента системы управления конкурентоспособности банковского бизнеса, необходимо предложить следующие мероприятия, целью которых будет выступать оптимизация качества кредитного портфеля ссуд [3]:

- увеличение предварительного и дальнейшего контроля за выполнением условий кредитного договора;
- проведение диверсификации кредитного портфеля;
- формирование системы лимитирования кредитных операций с установкой максимально допустимых границ размеров выдаваемых ссуд;
- увеличение резервов, ориентированных на предполагаемые потери по кредитному портфелю банка;
- проведение оценки кредитного риска по конкретной ссуде на основе внутренней рейтинговой модели, которая корректируется в зависимости от выбранных банком мероприятий для улучшения качества кредитного портфеля.

Таким образом, подводя итоги научного исследования, можно прийти к следующим заключениям:

- основными проблемами повышения конкурентоспособности ПАО «Восточный экспресс банк» является ухудшение условий функционирования отечественной банковской системы, увеличение степени влияния финансовых и валютных рисков, что связано, в первую очередь, с пандемией коронавируса COVID-19;

- деятельность ПАО «Восточный экспресс банк» демонстрирует улучшение финансовых результатов за счет роста прибыли;
- основным направлением повышения конкурентоспособности для руководства ПАО «Восточный экспресс банк» может выступать совершенствование кредитной политики.

Список литературы

1. Емадаков Р.Ю. Анализ факторов формирования конкурентоспособности предприятия // Вестник Марийского государственного университета. Серия «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки». 2018. № 1 (13).
2. Сенникова А.Е., Шахов И.В. Анализ конкурентоспособности фирмы // Colloquium-journal. 2019. № 9 (33).
3. Дадыко С.И., Мандрон В.В. Современные методы управления кредитным портфелем банка // Молодой ученый. 2016. № 9.
4. Публичное акционерное общество «Восточный экспресс банк» // Официальный сайт Банка России.
URL: https://www.cbr.ru/banking_sector/credit/coinfo/?id=100000004 (дата обращения: 15.08.2020).

Канцеров Рашид Александрович, к.э.н., профессор
(СКГА, г. Черкесск),

Аджикова Алтынай Султахановна, к.э.н., доцент
(РАНХиГС, г. Москва),

Школьникова Нина Николаевна, к.э.н., доцент
(СКГА, г. Черкесск)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК БАЗОВОЕ УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Одной из приоритетных задач социально-экономической политики Российской Федерации является стимулирование экономического развития страны путем создания новых центров экономического роста на основе использования конкурентных преимуществ на всех уровнях административно-территориальной иерархии. Финансовый кризис, внутренние проблемы развития регионов России усилили тенденции резкого снижения бюджетной обеспеченности муниципальных образований и дифференциации их социально-экономического развития, дальнейшего износа производственной и социальной инфраструктур. Сложившиеся негативные тенденции привели к необходимости пересмотра механизмов и инструментов управления социально-экономическим развитием городов. Прежде всего, речь идет о выборе конкурентоспособной модели муниципальной экономики. Именно муниципальное образование является первичной территориальной

ячейкой экономики России, а, следовательно, может стать и «локомотивом» ее роста. Развитие межгосударственной, межрегиональной и межмуниципальной конкуренции может стать фактором резкого усиления темпов роста экономики России, а сильные конкурентоспособные муниципальные образования являются залогом конкурентоспособности регионов, которые, в свою очередь, определяют конкурентоспособность государства.

Понимание современной сущности конкурентоспособности города и овладение механизмами и инструментами управления ею становятся источниками поступательного развития муниципальных образований и постепенного сглаживания поляризации экономического пространства России.

Таким образом, существует объективная потребность в систематизации знаний об особенностях конкурентоспособности экономики города, выявлении факторов, определяющих конкурентные позиции муниципалитетов, поиске новых управленческих инструментов, которые позволяют усовершенствовать имеющиеся механизмы управления конкурентоспособностью муниципальных экономических систем, а также в развитии практики управления конкурентоспособностью муниципальных образований.

Всемирно известный старейший бальнеологический курорт России – Кисловодск расположен в живописной долине, окруженной склонами Главного Кавказского хребта, находится в составе Минераловодской агломерации. Город занимает лидирующее положение в туристско-рекреационной сфере среди городов Кавказских Минеральных Вод, принимая на отдых и лечение более 300 тыс. человек, что составляет около 40% от числа всех отдыхающих в регионе КМВ. Следует отметить транспортную доступность курорта (близость к аэропорту «Минеральные Воды», наличие прямого железнодорожного сообщения с крупными городами). Город расположен близко к ключевым достопримечательностям Северного Кавказа, что положительно влияет на приток туристов.

В системе территориального разделения труда Ставропольского края город специализируется на предоставлении услуг здравоохранения и социальных услуг. Структура экономики по отгрузке товаров, выполнению работ и услуг говорит о ведущем положении таких отраслей, как здравоохранение (в том числе санаторно-курортный сектор), транспорт и связь, обрабатывающие производства, представленные преимущественно пищевой промышленностью. Малое и среднее предпринимательство охватывает такие отрасли, как строительство, торговля, общественное питание, оказание бытовых услуг, производство потребительских товаров (сувенирные изделия, обувь, мебель, хлеб, кондитерские изделия и др.).

В будущем возможно усиление экономического взаимодействия с сельскохозяйственными предприятиями Ставропольского края, Карачаево-Черкесской и Кабардино-Балкарской Республик может удовлетворить туристический спрос на качественные фермерские продукты питания.

К возможным угрозам для развития санаторно-курортного лечения и оздоровления в городе можно отнести усиление конкуренции с быстро развивающимися курортами Северного Кавказа, Краснодарского края и Крыма. Растет дефицит высококвалифицированных кадров от специалистов до рабочих. Происходит отток и старение профессиональных кадров. С 2015 года из города уезжает больше людей, чем приезжает. По результатам опросов и интервью это в основном касается наиболее активной и образованной молодежи. Уровень производительности труда в большинстве отраслей экономики относительно низкий, что обуславливает невысокий уровень заработных плат и неэффективную структуру занятости населения.

На основе оценки исходной социально-экономической ситуации развития города-курорта Кисловодска для обеспечения всестороннего учета специфики района, анализа внутренних и внешних факторов, определения конкурентных преимуществ, проблем и негативных моментов, и тенденций, тормозящих прогрессивное движение, проведен SWOT-анализ социально-экономического развития муниципального образования. Изучение достоинств и недостатков, перспектив и угроз, отраженных в таблице 1 в ходе SWOT-анализа позволяет наметить мероприятия по усилению преимуществ и по ослаблению влияния негативных факторов.

Проведенный анализ конкурентных преимуществ города-курорта Кисловодска показал, что наибольшим потенциалом обладает направление, связанное с дальнейшим развитием оздоровительной деятельности в городе.

Город должен позиционировать себя для бизнеса, жителей города, гостей как город врачей, культуры и туризма, место для оздоровления, получения высокотехнологичной медицинской помощи, медицинской реабилитации и санаторно-курортного обслуживания.

К настоящему времени сложилось немало инструментов повышения эффективности управления конкурентоспособностью муниципальных образований, среди них: частно-муниципальное партнерство, муниципальные закупки, целевые программы, городской маркетинг, инструменты контроля за деятельностью органов местного самоуправления, инструменты учета мнения граждан, мониторинг эффективности бюджетных расходов и др.

Анализ отечественного опыта использования стратегического планирования и инструментов управления конкурентоспособностью территориальных социально-экономических систем, показывает приоритетность задачи по поиску направлений совершенствования стратегического планирования социально-экономического развития муниципальных образований как механизма управления конкурентоспособностью муниципалитетов и взаимоувязывания его с современными управленческими инструментами.

Таблица 1 – SWOT-анализ социально-экономического развития города-курорта Кисловодска [1]

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Богатая гидроминеральная база 2. Наличие сети санаторно-курортных учреждений и предприятий индустрии гостеприимства 3. Востребованная специализация санаторно-курортного комплекса (лечение заболеваний кровообращения, дыхания, нервной системы) 4. Транспортная доступность 5. Высокая доля занятости в МСП 6. Наличие Национального парка «Кисловодский» 7. Благоприятная экологическая обстановка 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нарастающий дефицит высококвалифицированных кадров из-за их оттока и старения 2. Низкая самоочищающая способность атмосферного воздуха в городе, обусловленная расположением в котловине 3. «Долгострой», хаотичная застройка, незаконное строительство 4. Износ коммунально- инженерной инфраструктуры города 5. Отсутствие регламентированной парковочной политики 6. Дефицит культурно- досуговых учреждений, неразвитость индустрии развлечений
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Включение территории Минераловодской агломерации в список Всемирного наследия Юнеско для сохранения ценных природных ресурсов 2. Близость г. Кисловодска к ключевым достопримечательностям Северного Кавказа 3. Развитие дополнительных направлений привлечения туристского потока 4. Увеличение собственных доходов местного бюджета за счет роста МСП 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экологические (технологические) риски, связанные с возможным затоплением города в результате разлива горных рек 2. Усиление конкуренции на мировом рынке рекреационных услуг и отставание города в формировании новых туристических продуктов 3. Рост безработицы и социальной напряженности из-за сжатия МСП

Конкурентные преимущества муниципальных образований создаются в процессе системного взаимодействия компонентов конкурентоспособного потенциала с эффективным управлением основных секторов местного хозяйства. В целях укрепления позиций города как ведущего отечественного курорта и места проведения деловых встреч и форумов федерального и регионального масштаба, обеспечения притока государственных и частных инвестиций в экономику города разработана «Стратегия социально-экономического развития города-курорта Кисловодска до 2035 г.».

Основные ориентиры социально-экономического развития г. Кисловодска представлены на рисунке 1.

Ключевыми задачами социально-экономического развития города-курорта Кисловодска являются формирование и развитие высокоэффективного и конкурентоспособного туристско-рекреационного субкластера, - обеспечение условий для осуществления комплексной модернизации предприятий сувенирной (фарфорово-фаянсовой)

промышленности, способствующей продвижению имиджа города, развитие пищевой промышленности, развитие системы общественного питания, формирования благоприятной деловой среды, поддержка и развитие малого предпринимательства; рациональное природопользование, улучшение окружающей среды и повышение комфортности среды проживания и отдыха и пр.



Рисунок 1 – Стратегические цели социально-экономического развития г. Кисловодска [2]

Таким образом, создание целостной системы управления конкурентоспособностью муниципальных образований на основе совершенствования существующих и внедрения новых управленческих инструментов управления, будет способствовать повышению качества стратегий социально-экономического развития как ключевого механизма управления конкурентоспособностью муниципальных образований, повышению уровня их социально-экономического развития и конкурентоспособности, а также повышению открытости и прозрачности деятельности органов местного самоуправления и эффективности принимаемых ими управленческих решений.

Список литературы

1. Распоряжение Правительство Ставропольского края [Текст] от 31 мая 2017 года № 134-рп «О разработке стратегии социально-экономического

развития Ставропольского края до 2035 года и стратегии социально-экономического развития города-курорта Кисловодска до 2035 года»

2. Распоряжение Правительства Ставропольского края [Текст] от 15 июля 2009 года № 221-рп «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Ставропольского края до 2020 года и на период до 2025 года» (ред. от 26.06.2013)

3. Овчаренко, Н.А. Основы управления развитием конкуренции в субъектах Российской Федерации. Учебное пособие. / Н.А. Овчаренко, Т.Н. Сидоренко, Е.П. Новикова – Краснодар: Издательство: Краснодарский центр научно-технической информации (ЦНТИ). 2016. – 182 с.

4. Барабанов, А.С. Управление региональной конкурентоспособностью [Текст]: монография / А.С. Барабанов ; под науч. рук. д.э.н. Т.В. Усковой. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2014. – 160 с.

5. Управление конкурентоспособностью: учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. – М.: Юрайт, 2020. – 447 с.

Козина Дарья Александровна, магистрант гр. СУмоз-201
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Одной из главных проблем российских предприятий является низкая обеспеченность собственными оборотными активами при одновременном неэффективном управлении процессом их функционирования. Это требует большего внимания к формированию, использованию и совершенствованию системы управления оборотными активами.

Оборотные активы характеризуют совокупность имущественных ценностей предприятия, обслуживающих текущую производственно-коммерческую (операционную) деятельность и полностью потребляемых в течение одного производственно-коммерческого цикла [5].

На современном этапе развития экономики управление оборотными активами и поиск резервов повышения эффективности их использования является необходимым условием для дальнейшего успешного развития предприятия. Именно оборотный капитал, в отличие от внеоборотного, гарантирует наибольшую норму рентабельности и практически полностью отвечает за платежеспособность предприятия в текущей деятельности.

ООО Специализированный Застройщик «Проград» является ведущей инвестиционно-строительной компанией в сфере жилищного строительства г. Кемерово.

Анализ показал, что в целом за анализируемый период в ООО наблюдается рост оборотных активов более чем в два раза (Таблица 1). Однако снижение запасов на 57,57 % и уменьшение их доли в структуре оборотных активов до 5,51 % может привести к сокращению объема производства и суммы прибыли, что повлияет на ухудшение финансового состояния предприятия [1].

Таблица 1 – Структура оборотных активов ООО Специализированный Застройщик «Проград»

Показатели	2017 год		2018 год		Темп роста, %
	Тыс. руб.	Уд.вес, %	Тыс. руб.	Уд.вес, %	
1. Оборотные активы, всего, в том числе:	343934	30,04	840166	46,44	244,28
1.1 Запасы	109203	31,74	46331	5,51	42,43
1.2 Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям	36591	10,64	51736	6,16	141,39
1.3 Дебиторская задолженность	192398	55,94	617213	73,46	320,8
1.4 Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	650	0,19	90087	10,72	13859,54
1.5 Денежные средства и денежные эквиваленты	5084	1,48	34778	4,14	684,07
1.6 Прочие оборотные активы	8	0,0023	21	0,0025	262,5

Значительный рост краткосрочных финансовых вложений свидетельствует о стремлении к сохранению капитала и получению прибыли с помощью использования тактических методов.

Положительно, что темпы роста денежных средств за анализируемый период составили 684,07%, а их доля в общей структуре активов, хотя и незначительно, но увеличилась с 1,48% до 4,14%.

К сожалению, наибольший удельный вес в структуре оборотных активов занимает дебиторская задолженность, доля которой в 2018 г. возросла до 73,46 %, а ее оборачиваемость увеличилась с 372 до 960 дней.

Главные причины такого положения – неплатежеспособность потребителей и возрастающая конкуренция на строительном рынке.

В целях ускорения оборачиваемости оборотных средств на предприятии, на наш взгляд, следует реализовать следующие мероприятия:

- совершенствовать процесс планирования закупок необходимых запасов и нормирования оборотных средств;
- выявлять резервы снижения себестоимости строительных работ;
- внедрять передовые технологии производства;
- осуществлять мероприятия по сокращению продолжительности оборота оборотных средств [3].

Одной из основных форм рефинансирования дебиторской задолженности является факторинг. Ускорение процесса погашения дебиторской задолженности также происходит с помощью современных форм ее рефинансирования. Под рефинансированием понимают перевод дебиторской задолженности в другие формы оборотных активов предприятия (денежные средства или высоколиквидные ценные бумаги) с целью ускорения расчетов. Факторинг представляет собой продажу дебиторской задолженности в пользу факторинговой компании или банка.

Эффективность факторинговой операции для ООО Специализированный Застройщик «Програнд» определялась нами исходя из следующих условий. Предприятие продает банку право взыскания дебиторской задолженности на сумму 8 млн. руб. Комиссионная плата за осуществление факторинговой операции взимается банком в размере 2% от суммы долга; банк предоставляет предприятию-продавцу кредит в форме предварительной оплаты его долговых требований в размере 75% от суммы долга; процентная ставка за предоставляемый банком кредит составляет 7% в год; средний уровень процентной ставки - 10% в год.

Исходя из этих данных, в первую очередь определяются дополнительные расходы предприятия по осуществлению факторинговой операции, которая представлена в таблице 2 [2].

Таблица 2 – Расчет дополнительных расходов предприятия по осуществлению факторинговой операции

Дополнительные расходы предприятия	Расчет	Значение
Комиссионная плата, тыс. руб.	$\frac{400000 * 2\%}{100\%}$	8000
Плата за пользование кредитом, тыс. руб.	$\frac{(400000 * 0,75) * 7\%}{100\%}$	21000
Итого дополнительные расходы предприятия по осуществлению факторинговой операции, тыс. руб.	8000+21000	29000

С учетом рассчитанной суммы дополнительных расходов определяется их уровень по отношению к дополнительно полученным денежным активам:

$$\frac{29000 * 100}{400000 * 0,75} = 9,67\% \quad (1)$$

Сопоставляя полученный результат со средним уровнем процентной ставки видно, что осуществление факторинговой операции для предприятия-продавца более выгодно, чем получение финансового кредита на период оплаты долга покупателем продукции.

Следует также отметить, что факторинг является универсальным инструментом, используемым при расчетах между покупателями и поставщиками. Его универсальность объясняется тем, что преимущества факторингового обслуживания получает не только поставщик товаров, но и покупатель [4].

Увеличение периода оборачиваемости дебиторской задолженности может свидетельствовать об ухудшении условий оплаты продукции (услуг) по договорам, финансовых затруднениях у потребителей. Но очень часто компании для увеличения объемов продаж в борьбе за покупателей идут на значительные отсрочки платежа.

Превышение кредиторской задолженности над дебиторской говорит о неплатежеспособности предприятия, так как непогашенная в срок кредиторская задолженность может привести к банкротству организации.

Современные формы рефинансирования дебиторской задолженности на предприятии не используются. Система кредитных условий прописана в договоре с заказчиком. Система скидок при осуществлении немедленных расчетов за приобретенную продукцию не используется.

В связи с этим мероприятия для совершенствования управления дебиторской задолженностью в ООО Специализированный Застройщик «Проград» должно предполагать:

- определение принципов кредитной политики;
- введение процедур контроля за оборачиваемостью средств в расчётах;
- контроль и анализ уровня и структуры дебиторской задолженности;
- оценку дебиторской задолженности с позиций платёжной дисциплины.

Список литературы

1. Рошка М. М., Тупицына О. В. Анализ эффективности управления дебиторской и кредиторской задолженности в ООО «Русь» (Пермский край, Пермский р-н, с. Култаево) // Молодой ученый. – 2019. – № 4. – С. 247-249. – URL <https://moluch.ru/archive/242/56028/> (дата обращения: 19.03.2020).
2. Солодовник Л. М., Черненко Н. А. Обоснование эффективности факторинговой операции // ГИАБ. 2009. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-effektivnosti-factoringovoy-operatsii> (дата обращения: 07.09.2020).
3. Старкова О.Я., Мехоношина А.С. Совершенствование управления оборотными средствами предприятия // Молодой ученый. – 2018. – № 49. – С. 317-319. – URL <https://moluch.ru/archive/235/54579/> (дата обращения: 16.03.2020).

4. Степанова Д. С., Бугрова С. М. Стратегия повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий // Сборник материалов XI Всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая» 16–19 апреля 2019. – КузГТУ, Кемерово, 2019.
5. Черноусова А. В., Бугрова С. М. Анализ подходов к сущности конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая» 18-21 апреля 2017. – КузГТУ, Кемерово, 2017.

Коркачев Вадим Анатольевич, научный сотрудник
(Российский научно-исследовательский институт горноспасательного дела,
г. Кемерово)

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ВЗАИМОСВЯЗЬ ФАКТОРОВ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЕЕ СИСТЕМЫ

Планирование и реализация комплекса мер в области охраны труда на промышленном предприятии требуют выявления закономерностей, по которым изменяются характеризующие этот комплекс показатели. В качестве таковых можно выделить коэффициенты эластичности: прироста продукции по вложениям в подсистемы закупки средств охраны труда (фактор экстенсивного роста), их использования (фактор интенсивного роста) и взаимного замещения факторов [1, 2].

В таблице 1 представлен перечень изменений в системе охраны труда, призванных отвечать интересам разных групп стейкхолдеров, в условиях роста доли акционерного капитала предприятия, свободно обращающейся на открытом рынке между миноритарными акционерами [3].

Общий вывод, который следует из этой таблицы, таков, что увеличение в капитале предприятия доли акций, свободно обращающихся на открытом рынке между миноритариями, оказывает прямое положительное воздействие на качество системы охраны труда и соответствие уровня этого качества интересам всех групп стейкхолдеров. Поэтому, по мнению автора, именно этот показатель – доля акций, свободно обращающихся между миноритариями – должен использоваться для характеристики степени согласованности интересов стейкхолдеров предприятия при формировании и реализации его стратегии в области охраны труда [9].

Таблица 1 – Изменения в системе охраны труда предприятия при увеличении доли акционерного капитала, свободно обращающейся на рынке между миноритариями, и их соответствие интересам стейкхолдеров

Группа стейкхолдеров	Изменения в системе охраны труда в условиях роста акционерного капитала, свободно обращающейся на рынке
Наемный персонал	1. Представитель наемного персонала получают возможность становиться акционерами предприятия и участвовать в принятии решений, в т.ч. в сфере охраны труда. 2. Привлечение нового капитала сопровождается улучшением условий труда персонала, т.к. предприятие заинтересовано в улучшении своего имиджа.
Потребители	1. Необходимость улучшать имидж предприятия при размещении дополнительных выпусков акций приводит к модернизации всех технологических процессов и росту заботы о персонале и – как следствие – к повышению качества продукции
Менеджеры	1. С ростом уровня публичности компании и повышения ее имиджа условия труда менеджеров улучшаются так же, как и у рядового персонала. 2. Менеджеры имеют больше возможности разделить ответственность за непопулярные решения с растущим числом собственников
Государство	1. Государству выгоден рост публичности мероприятия и привлечение им новых инвесторов, т.к. эти процессы сопровождаются ростом социальной ответственности предприятия, в т.ч. за сохранность жизни и здоровья своих сотрудников

Источник: разработано автором на основе [4-8]

В случае, связанном с выработкой и реализацией стратегии предприятия в области охраны труда, информация о самом предприятии и о его соответствующем структурном подразделении используется всегда и при любых обстоятельствах, неограниченно во времени. В то время как проекты по совершенствованию бизнес-процессов в области охраны труда и – соответственно – сами эти бизнес-процессы рассматриваются при выработке решений в конкретные моменты времени. То есть можно сделать вывод, что сбалансированность надсистемы «Охраны труда на предприятии» должна характеризоваться показателем, количественно описывающим отношения двух пар подсистем, объединённых по временному признаку. Рассмотрим характеристики этих взаимосвязанных пар [10-12].

Структурное подразделение, занимающееся вопросами охраны труда, в качестве объектной подсистемы оказывает влияние на работу всего предприятия как средовой подсистемы по четырём направлениям.

Повышение уровня технической оснащённости рабочих мест напрямую ведёт к снижению травматизма на производстве. Потому что в этом случае снижается количество прямых контактов рабочего с перерабатываемым материалом, а кроме этого, большинство современных технических средств для оборудования рабочих мест изначально содержат конструктивные элементы, способствующие защите человека в ходе реализации технологического процесса. Особенность современного этапа развития промышленного производства характеризуется все большее широким внедрением цифровых технологий. По сути, промышленное производство сегодня (причём не только в развитых, но и в развивающихся странах, включая Россию) постепенно превращается цифровизованный, высокотехнологичный труд, который сводится к управлению потоками материального сырья и продукта через подключённые к конвейерным линиям мини-компьютеры. Этот процесс приводит к повышению его результативности одновременно по двум направлениям: повышение эргономичности труда работников, степени их защищённости на рабочих местах; и одновременно – улучшение количественных и качественных характеристик производимой продукции [13].

Совершенствование системы управления организацией производства – это второе важное направление совершенствования производственных процессов в современных условиях становления новой постиндустриальной экономики. В отличие от предыдущего направления, оно имеет более комплексный характер и охватывает не только само производство как таковое, но и все связанные с ним и происходящие на предприятии финансовые, маркетинговые и социально-поведенческие процессы. Главной тенденцией развития этого направления в настоящее время является переход к новым, более прогрессивным формам постановки управления на предприятиях. В период становления и расцвета индустриальной экономики (18 – середина 20 в.) управление предприятиями основывалось на жёстких механистических структурах – линейной, функциональной и линейно-функциональной. Эти структуры основаны на жёстком распределении обязанностей между всеми структурными подразделениями и схождения всех информационных потоков на одном единственном управляющем органе. С середины 20 в. вместо них все большее распространение получают более гибкие управленческие структуры – дивизиональная и бригадная. Управление на основе этого принципа сопровождается более широким вовлечением персонала в процессы принятия наиболее важных решений, и сотрудники таким образом имеют возможность влиять на политику предприятия [14]. В том числе это касается улучшения условий труда и его безопасности [15]. И также, как и в случае с повышением качества технического оснащения, движение в сторону более современных систем управле-

ния одновременно способствует росту показателей, связанных и с охраной труда, и непосредственно с самим производством продукции.

Перестройка структуры производства призвана сделать так, чтобы его результаты соответствовали текущим требованиям рынка. На каждом предприятии должен осуществляться постоянный мониторинг предпочтений потребителей для правильного распределения ресурсов между производствами разных видов продукции. Это важно, в том числе, и позиции охраны труда на предприятии. Например, если производство некоего продукта сопряжено со значительными рисками в плане безопасности труда [16], но сам этот продукт пользуется низким спросом на рынке, то имеет смысл сократить объемы его производства или вообще прекратить выпуск. А освободившиеся ресурсы перенаправить на производство тех видов продукции, которые пользуются большим спросом и в то же время не требуют больших вложений на обеспечение безопасности труда. Таким образом, повышение адаптивности производства к требованиям рынка также, как и в случае предыдущих двух направлений, одновременно повышает и сохранность жизни и здоровья сотрудников, и успех продукции предприятия на рынке [17].

Межотраслевое перераспределение ресурсов по форме реализации схоже с предыдущим случаем, но здесь речь идет о мониторинге спроса на продукцию не отдельных производств внутри одного предприятия, а целых предприятий, работающих в разных отраслях промышленности. Такое практикуется в крупных многопрофильных холдингах, и также приводит к значительным экономическим и социальным эффектам.

На основе проведенного автором анализа двух составляющих стратегии предприятия в области охраны труда можно сформулировать следующие первичные предположения о механизме их влияния на состояние этой системы и функционирование предприятия в целом:

1. Характер связи состояния системы охраны труда с уровнями сбалансированности отношений подсистем и интересов стейкхолдеров зависит от стадии жизненного цикла предприятия: тем ближе оно к стадии зрелости, тем больше усиливается роль сбалансированности интересов стейкхолдеров.

2. При высоком уровне зрелости бизнеса предприятия сбалансированность интересов стейкхолдеров позволяет ему привлекать дополнительные финансовые ресурсы за счет продажи новых эмитируемых акций на открытом рынке по цене выше номинала. Эти средства могут быть направлены на финансирование новых проектов по совершенствованию бизнес-процессов в области охраны труда.

3. Уровень зрелости системы охраны труда на предприятии тем выше, чем выше доля акций миноритариев в структуре его капитала (это значит, что высок уровень доверия инвесторов к его ценным бумагам и есть возможность привлечения дополнительных ресурсов за счет эмиссии) и ниже доля вложений в проекты по совершенствованию бизнес-процессов

в области охраны труда в стоимости реализованной продукции (это значит, что проекты финансируются в основном за счет капитала, привлеченного за счет выпуска новых акций).

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы реализации потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. М.: Издательство «Креативная экономика». 2012. С. 283.
2. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Элементы модели рынка клининга в Российской Федерации // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 9. С. 1083-1092.
3. Коряков А.Г. Научные подходы к формированию системы предпосылок для устойчивого развития отраслей отечественной промышленности // Транспортное дело России. 2012. № 3. С. 121-124.
4. Коряков А.Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 3. С. 36-40.
5. Тумин В.М., Коряков А.Г., Руденко Л.Г. и др. Экономика прибрежных зон и морских акваторий: Архангельская область. Монография. М.: Инфра-М. 2017. С.274.
6. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
7. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
8. Скубрий Е.В. Применение информационных интеллектуальных систем поддержки управленческих решений в МЧС России // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2013. № 4 (19). С. 50-53.
9. Артюхов В.Г., Куличков Е.Н., Скубрий Е.В. Инновационные аспекты управления кадрами и математическое моделирование кадровых систем предприятий России. Монография М.: М-во пром-сти и торговли Российской Федерации, Федеральное гос. унитарное предприятие «Центральный науч.-исслед. ин-т судостроительной промышленности «Центр» (ФГУП «ЦНИИ «Центр»). 2009. С.245.
10. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.
11. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.

12. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
13. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 73-86.
14. Трифонов И.В. Принятие управленческих решений при оценке качества проектов реструктуризации предприятий // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 314-318.
15. Mikhailov V.G., Karasev V.A., Mikhailov G.S., Skukin V.A., Kiseleva T.V. Development of innovative architecture of the organizational and economic mechanism for the nature protection management // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2017. No. 012008.
16. Михайлова З.Н., Михайлов Г.С. Способ разделения смеси вода-сульфат аммония-капролактam-продукты осмоления капролактама // Известия высших учебных заведений. Серия: Химия и химическая технология. 1993. Т. 36. № 10. С. 117-119.
17. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.

Коркачев Вадим Анатольевич, научный сотрудник
(Российский научно-исследовательский институт горноспасательного дела,
г. Кемерово)

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ОХРАНЫ ТРУДА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Анализ состояния систем управления охраной труда на современных отечественных предприятиях выявил главную дилемму, стоящую перед ними в настоящее время: это выбор между усилением факторов, способствующих экстенсивному либо интенсивному развитию систем охраны труда. В идеале каждая хозяйствующая система должна стремиться к интенсивному развитию, потому что только в этом случае растут показатели ее результативности и эффективности. Однако объективные условия не всегда позволяют предприятиям развиваться по интенсивному пути и получать от не максимум положительного эффекта – учет этих условий особенно актуален в российской экономике, где до сих пор не решены многие проблемы фундаментального и структурного характера [1-3].

Таким образом, можно сделать вывод, что центральным звеном стратегии развития системы охраны труда на предприятии должен быть именно правильно подобранный баланс между экстенсивным и интенсивным развитием этой системы. Именно достижению этой цели должны быть подчинены все остальные виды балансов, связанные со стратегией развития системы охраны труда. Это балансы между: 1) разными компонентами в составе системы; 2) интересами стейкхолдеров и 3) стратегии по охране труда в целом с другими видами стратегий предприятия [4, 5]. С учетом данного представления можно расширить и детализировать понятие об инструментах управления применительно к сфере охраны труда на предприятиях [6].

Системы управления охраной труда на производстве относятся к хозяйствующими системам с высоким уровнем сложности и динамизма. Поэтому что результаты их работы зависят от сочетания многих и разноплановых факторов: технико-технологических, финансовой-экономических и социально-гуманитарных. Те явления, на которые призваны воздействовать эти системы, - нарушения безопасности труда – имеют трудно прогнозируемый характер. Отсюда следует, что для систем охраной труда на предприятиях необходим третий, наиболее сложный тип инструментов управления, который предполагает активное поведение управляющего субъекта. И его воздействие должно быть направлено на центральный элемент системы, в котором формируется соотношение между факторами её экстенсивного и интенсивного развития. С учетом изложенного можно представить следующую схему функционирования инструмента управления системой охраны труда на предприятии (рисунок 1).



Источник: разработано автором на основе [7-10]

Рисунок 1 – Общая схема функционирования инструмента управления системой охраны труда на предприятии

Таким образом, инструмент управления охраной труда можно охарактеризовать как средство активного воздействия менеджера на данную систему, нацеленное на достижение в ней сбалансированности между фак-

торами экстенсивного и интенсивного развития, которая выражается в повышении сохранности жизни, здоровья и работоспособности персонала.

Сформулированное определение инструмента управления охраной труда дает основу для создания комплексного представления о системе, в которой он функционирует. Ее основными частями являются подсистема закупки средств, применяемых в рассматриваемой области, и подсистема, где происходит их текущее использование [11]. Обе подсистемы могут функционировать с тенденцией в сторону как более экстенсивного, так и более интенсивного развития. По нашему мнению, в подсистеме приобретения средств охраны труда тенденция к интенсивному развитию более усиливается в том случае, если управление ее бизнес-процессами осуществляется в меньшей степени за счет ресурсов самого предприятия, а в большей степени – за счет ресурсов поставщика данных средств (по принципу VMI) [12]. Если же управление бизнес-процессами данной подсистемы осуществляется традиционным путем, преимущественно за счет ресурсов предприятия-покупателя, это говорит о более сильной тенденции экстенсивного развития. Ресурсы, высвобождаемые в результате перехода подсистемы закупок средств охраны труда на интенсивный путь развития, должны быть перенаправлены на то, чтобы сделать таким же преимущественно интенсивным развитие подсистемы использования средств охраны труда [13]. Для нее усиление этой тенденции выражается в расширении масштабов использования современных цифровых технологий HSE, которые делают бизнес-процессы в области охраны труда более доступными для понимания и использования всеми сотрудниками промышленного предприятия – от топ-менеджеров до рабочих, задействованных непосредственно на производстве [14]. Результатом действия всех факторов и экстенсивного, и интенсивного развития обеих подсистем является повышение безопасности работы персонала предприятия, что интегрально должно выражаться в снижении денежного выражения потерь предприятия от производственного травматизма. Эти потери включают три составляющие:

1. Расходы на оплату больничных листов сотрудников в случае потери трудоспособности, а также оплата их лечения в случае особо тяжелых травм, полученных по вине руководства предприятия;
2. Расходы на восстановление рабочих мест сотрудников, поврежденных в результате аварий, и устранение имеющихся на них неполадок для повторения таких же аварий в будущем;
3. Стоимость продукции, недополученной в результате снижения производительности труда в случае временной или полной утери работоспособности частью персонала предприятия.

Правильное распределение ресурсов между бизнес-процессами в системе охраны труда должно привести к повышению объема производимой продукции при одновременном снижении издержек на ликвидацию негативных последствий производственных аварий. Обобщенно процесс достижения этого результата можно представить в виде модели на рисунке 2.



Рисунок 2 – Общая модель функционирования системы охраны труда на промышленном предприятии

Представленная схема имеет обобщенный характер, и нужно принимать в расчет, что система охраны труда, как и любая система, в центре которой находится человек, имеет множество внутренних связей с вероятностным и хаотическим характером. И как следствие, трудно предсказуемыми являются их результаты. Для того, чтобы конкретизировать содержание инструментов управления, применяемых в системе охраны труда, необходимо выявить, как минимум, самые общие механизмы действия ее внутренних связей [15, 16].

Для решения этой задачи предлагается использовать производственные функции. Производственная функция, описывающая систему охраны труда на предприятии, имеет общий вид:

$$\ln \Delta_{\text{прод.}} = \alpha * \ln Z_{\text{исп.}} + \beta * \ln Z_{\text{закуп}} \quad (1)$$

где, роли между показателями двух ее подсистем распределяются следующим образом:

- Затраты на содержание подсистемы использования средств охраны труда – $Z_{\text{исп.}}$ – показатель, характеризующий тенденцию интенсивного развития системы в целом (чем он выше, тем больше предприятие стремится модернизировать свою систему охраны труда и перевести ее на современные технологии HSE);
- Затраты на содержание подсистемы закупок средств охраны труда – $Z_{\text{закуп}}$ – показатель, характеризующий тенденцию экстенсивного развития системы. Рост этого показателя говорит о том, что предприятие слишком много ресурсов тратит только на то, чтобы средства охраны труда просто физически вовремя и без перебоев ему поставлялись. И в итоге у него остается меньше ресурсов на модернизацию системы.

Эндогенной переменной в производственной функции является прирост стоимости произведенной продукции (Δ прод.), достигнутый за счет текущего соотношения между показателями интенсивного и экстенсивного развития системы и отражающий снижение потерь предприятия от сокращения производственного травматизма. Этот положительный эффект как раз и является тем полезным продуктом, который предприятие получает само для себя за счет инвестирования ресурсов в систему охраны труда.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы реализации потенциала устойчивого развития предприятий химической промышленности. Монография. М.: Издательство «Креативная экономика». 2012. С. 283.
2. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Элементы модели рынка клининга в Российской Федерации // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 9. С. 1083-1092.
3. Коряков А.Г. Научные подходы к формированию системы предпосылок для устойчивого развития отраслей отечественной промышленности // Транспортное дело России. 2012. № 3. С. 121-124.
4. Коряков А.Г. Методические подходы к моделированию устойчивого развития промышленных предприятий // Вестник экономики, права и социологии. 2012. № 3. С. 36-40.
5. Тумин В.М., Коряков А.Г., Руденко Л.Г. и др. Экономика прибрежных зон и морских акваторий: Архангельская область. Монография. М.: Инфра-М. 2017. С.274.
6. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
7. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
8. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
9. Скубрий Е.В. Применение информационных интеллектуальных систем поддержки управленческих решений в МЧС России // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2013. № 4 (19). С. 50-53.
10. Артюхов В.Г., Куличков Е.Н., Скубрий Е.В. Инновационные аспекты управления кадрами и математическое моделирование кадровых систем предприятий России. Монография М.: М-во пром-сти и торговли Российской Федерации, Федеральное гос. унитарное предприятие «Центральный науч.-исслед. ин-т судостроительной промышленности «Центр» (ФГУП «ЦНИИ «Центр»). 2009. С.245.

11. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.
12. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
13. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
14. Трифонов И.В. Оценка качества проектных решений при управлении проектами и программами // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 63-76.
15. Растворцева С.Н., Череповская Н.А. К вопросу о методическом обеспечении идентификации региональных кластеров // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2013. № 2 (46). С. 147-154.
16. Mikhailov V.G., Karasev V.A., Mikhailov G.S., Skukin V.A., Kiseleva T.V. Development of innovative architecture of the organizational and economic mechanism for the nature protection management // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2017. No. 012008.

Куликов Михаил Васильевич, студент гр. ФМ 17-1
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ МУСОРОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

В настоящее время некачественно организованная система обращения с твёрдыми коммунальными отходами в Российской Федерации вплотную приблизилась к «точки невозврата», что побуждает органов государственной власти принимать неоднозначные решения, направленные на снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду, в первую очередь, путём переработки отходов и их вторичного использования в хозяйственной деятельности предприятий. Таким образом, наша страна вынуждена практически «с нуля» создавать мусороперерабатывающую отрасль, акцентируя своё внимание на опыт экономически развитых стран, в которых уже долгие годы функционирует целостная система по переработке и утилизации отходов [8-10].

В 2019 году, по данным Федеральной службы государственной статистики, было зафиксировано образование более 7,5 млрд. тонн отходов. При этом, лишь половина из них была утилизирована и обезврежена. Динамика образованных, утилизированных и обезвреженных отходов в Российской Федерации в период с 2010-2019 годы представлена на рис. 1.

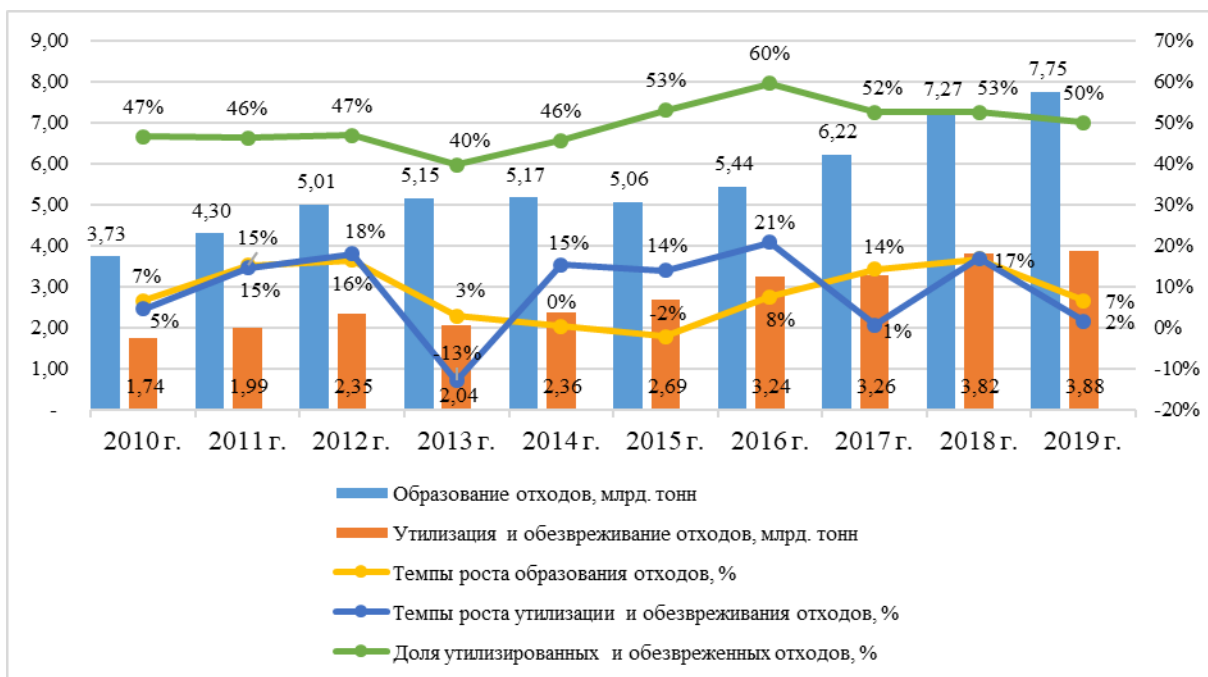


Рисунок 1 – Динамика образованных, утилизированных и обезвреженных отходов в Российской Федерации в 2010-2018 гг. [1, 11-13]

Можно заметить, что на протяжении последних лет доля утилизированных и обезвреженных отходов колебалась в пределах от 40 до 60%. К сожалению, большая часть из них, которая образуется при добыче полезных ископаемых (94%), с трудом поддаётся переработке и вторичному использованию. Однако, что касается твёрдых коммунальных отходов (ТКО), то на их переработку направляется только 5 млн. тонн из семидесяти образованных – остальное отправляется на полигоны и мусоросжигательные заводы. Безусловно, этот факт весьма негативно влияет на окружающую среду. Так, к сожалению, вместо переработки мусора и его вторичного использования на предприятиях в нашей стране осуществляется его захоронение на санкционированных и несанкционированных свалках и полигонах, которые власти страны намерены запретить к 2025 г. [2, 14]. Присутствие масштабных мусорных захоронений и полигонов вблизи компактного проживания граждан делает их среду обитания некомфортной и заслуженно вызывает негативную реакцию со стороны жителей таких агломераций, что выступает глобальной проблемой, нуждающейся в тщательной проработке со стороны органов государственной власти [3, 15, 16]. В этой связи 2019-й год стал отправной точкой для осуществления модернизации и реорганизации всей мусороперерабатывающей отрасли в условиях цифровизации и трансформации российской экономики. Если предыдущий год можно рассматривать как разработку основополагающей стратегии и определение целей, задач и показателей, которые необходимо достигнуть, то год 2019-й – это практическая реализация задуманных планов и идей [4, 17]. Так, 14 января 2019 года был издан указ Президента РФ «О создании публично-правовой компании по формированию комплексной системы

обращения с твердыми коммунальными отходами «Российский экологический оператор». Данный нормативно-правовой акт преследовал основополагающую цель, заключающуюся в создании публично-правовой компании по формированию комплексной системы обращения с твердыми коммунальными отходами. Действительно, мусороперерабатывающая отрасль имеет высокое значение для любого развитого государства. Так, передовые позиции в рассматриваемом вопросе занимают лидеры Западной Европы, где ежегодно более 80% произведенных в стране отходов перерабатываются. Всё чаще инновационные проекты по строительству мусороперерабатывающих кластеров реализуются в КНР и Японии [5]. В это же время российскому государству необходимо только создать, причём практически «с нуля», такую отрасль, где будет выстроена многоступенчатая система взаимодействия органов как государственной власти, так и всевозможных представителей бизнес-сферы. В этой связи, в рамках проработки животрепещущей для всей страны «мусорной реформы» было определено, что основные полномочия будут сконцентрированы в руках региональных властей, которые получили право выбрать либо на конкурсной основе, либо без конкурса соответствующего оператора, что приведёт к сосредоточению в руках крупных региональных операторов системного контроля над рынком обращения с отходами [18, 19]. Таким образом, решения столь значимой и глобальной проблемы характеризуются децентрализацией и полицентричностью развития российского государства.

Особое внимание акцентируется на определении специальных механизмов экономической поддержки региональных операторов и развития мусороперерабатывающей отрасли в целом. В частности, к подобным инструментам относят освобождение операторов от уплаты НДС, что существенно скажется на привлекательности данной отрасли для субъектов экономической деятельности, и рациональное снижение тарифов за вывоз мусора, что характеризует социальную направленность предпринимаемых действий. Однако в реальности же реализацию мусорной реформы граждане ощутили в сильном повышении платежей за вывоз мусора [20]. Так, в некоторых субъектах Российской Федерации тарифы выросли более чем в 3 раза, что спровоцировало обострение ещё одной экономической проблемы, касающейся деятельности операторов. Однако не только операторы подверглись экономическому давлению из-за дезорганизации процесса реформирования всей мусороперерабатывающей отрасли. Вследствие отсутствия налаженной системы раздельного сбора отходов у многих мусороперерабатывающих заводов возникает недозагруженность мощностей. Простаивание предприятий экономически неэффективно, поэтому необходимым условием для осуществления своей операционной деятельности и поддержания устойчивости выступает закупка отсортированных отходов у зарубежных стран, в связи с чем растёт, например, импорт пластиковых отходов [21]. Так, динамика объемов импорта данного вида отходов и

наиболее важных стран-импортеров, а также динамика объемов экспорта макулатуры представлены на рис. 2 и на рис. 3.



Рисунок 3 – Динамика объемов экспорта макулатуры и импорта пластиковых отходов [6]

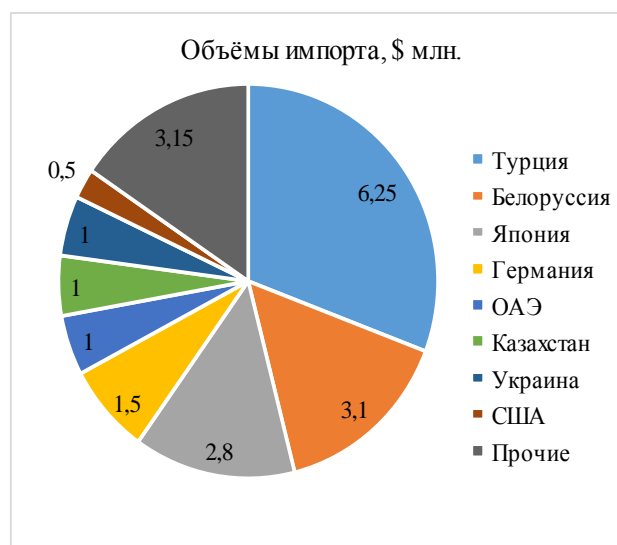


Рисунок 2 – Страны-импортёры пластиковых отходов [6]

Так, в условиях дефицита пластикового сырья российские переработчики вынуждены закупать его за границей. При этом, импорт данного вида отходов в 2018 году вырос на 31,8% по сравнению с 2017 годом. Прежде всего, такой рост связан с экономической выгодой от переработки пластиковых отходов ввиду высокого спроса на их вторичное использование. В то же время, можно заметить, что экспорт макулатуры сильно превышает объёмы рассматриваемого импорта и демонстрирует ежегодный рост, что соответствует мировым тенденциям развития рынка отходов. Так, экспорт макулатуры в 2018 году показал рост в 16,9% относительно предыдущего года. Однако существенной проблемой в данной области выступает низкая собираемость: при образовании более 15 млн. тонн бумажного сырья фактическая собираемость в 2018 году составила 3,9 млн. тонн макулатуры. Большая её часть подлежит переработке внутри страны, а на экспорт отправляется не более 10%, однако введение системы раздельного сбора мусора позволит увеличить коэффициент собираемости макулатуры и доходы от её экспорта. В этой связи налаживание данной системы должно выступать приоритетной задачей при реализации «мусорной реформы». При этом, раздельный сбор мусора необходимо осуществлять в сторону не только физических, но и юридических лиц путём установления специальных контейнеров на улицах города, в жилых домах и рабочих офисах. Важнейшим фактором для этого выступает формирование ответственного отношения у граждан к окружающей среде, что, в свою очередь, будет являться причиной для строительства и введение в эксплуатацию новых мусороперерабатывающих кластеров, деятельность которых позволит достичь целевых показателей национального проекта «Экология», на реализацию которого выделено более 4 трлн. руб. [7].

В итоге, в экспертной среде значение «мусорной реформы» и её реализацию именно путём создания единой публично-правовой компании по формированию комплексной системы обращения с ТКО восприняли неоднозначно. С одной стороны, централизация власти в руках одной корпорации позволит наладить чёткую систему обращения с отходами и контроля за действиями региональных операторов. С другой стороны, монополизация мусора может привести к усилению коррупции, увеличению теневых операций и обогащению отдельных лиц. Поэтому, надеясь широкими полномочиями, у государственной компании не будет реальных стимулов к реорганизации мусороперерабатывающей отрасли в силу отсутствия конкурентов, где приоритетной целью будет выступать лишь личная выгода бенефициаров, а не экологическая безопасность. Однако создаваемая практически «с нуля» отрасль должна обеспечить сбалансированное развитие страны не только внутри её границ, но и за её пределами, придерживаясь, при этом, экспортноориентированного подхода.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики // Окружающая среда [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/11194> (дата обращения: 16.09.2020 г.).
2. Пешкова М. М. Экономическая сторона мусоропереработки в России // Научные записки молодых исследователей. 2015. № 3. С. 20-23.
3. Куликов М. В. Некоторые аспекты имплементации методов проектного управления в российских мусороперерабатывающих кластерах // Управленческие науки в современном мире: сборник докладов научно-практической конференции. Москва, 07 ноября 2018 г. С. 50-57.
4. Куликов М. В. Особенности развития российской мусороперерабатывающей отрасли в условиях трансформации экономики // Россия молодая: сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Кемерово, 16-19 апреля 2019 г. С. 80511.
5. Семибратова А. С. Мусоропереработка в России и за рубежом: сравнительный анализ // СТУДЕНТ ГОДА 2019: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса: в 3 частях. Петрозаводск, 17 ноября 2019 г. С. 313-317.
6. Анна Гальчева. Россия на треть увеличила ввоз пластикового мусора из-за границы // РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/30/08/2019/5d67e17f9a7947d966d7fd3d> (дата обращения: 19.12.2019 г.).
7. Национальные проекты: целевые показатели и основные результаты [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/p7nn2CS0pVhvQ98OOwAt2dzCIAietQih.pdf> (дата обращения: 20.12.2019 г.).

8. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
9. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
10. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
11. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
12. Тумин В.М., Коряков А.Г., Руденко Л.Г. и др. Экономика прибрежных зон и морских акваторий: Архангельская область. Монография. М.: Инфра-М. 2017. С.274.
13. Коряков А.Г. Научные подходы к формированию системы предпосылок для устойчивого развития отраслей отечественной промышленности // Транспортное дело России. 2012. № 3. С. 121-124.
14. Скубрий Е.В. Применение информационных интеллектуальных систем поддержки управленческих решений в МЧС России // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2013. № 4 (19). С. 50-53.
15. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-115.
16. Киселева Т.В., Михайлов В.Г. Оценка основных подходов к определению состояния эколого-экономических систем // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2007. № 9 (72). С. 31-32.
17. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.
18. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
19. Артюхов В.Г., Куличков Е.Н., Скубрий Е.В. Инновационные аспекты управления кадрами и математическое моделирование кадровых систем предприятий России. Монография М.: М-во пром-сти и торговли Российской Федерации, Федеральное гос. унитарное предприятие «Центральный науч.-исслед. ин-т судостроительной промышленности «Центр» (ФГУП «ЦНИИ «Центр»). 2009. С. 245.

20. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 73-86.

21. Череповская Н.А. Анализ внедрения цифровых технологий в отрасли экономики // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 2 (119). С. 620-623.

Куликова Светлана Сергеевна – студент гр. ЭММ-454
Научный руководитель – Цыганкова В.Н., к.э.н., доцент
(ВолгГТУ, г. Волгоград)

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Одним из важнейших аспектов конкурентоспособности является цифровизация, которая позволяет оптимизировать процессы управления, проектирования и производства, соответствующие пятому технологическому укладу. Использование цифровых технологий при производстве и реализации товаров и услуг, при оказании государственных услуг, в сфере образования дает возможность всему обществу получать так называемые «цифровые дивиденды», под которыми понимается как рост национального благосостояния и материальная прибыль, так и прозрачность процессов государственного управления и играет важную роль при формировании региональной и отраслевой конкурентоспособности [1,2].

Определение цифровой экономики дано в «Стратегии развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы»: «Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых, по сравнению с традиционными формами хозяйствования, позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [3].

Согласно данным исследования аналитиков International Data Corporation, опубликованного в 2016 году, общие мировые затраты на технологии цифровой трансформации будут ежегодно расти на 16,8% и достигнут к 2019 году 2,1 трлн долларов США, The Boston Consulting Group прогнозирует, что объем цифровой экономики к 2035 году может достичь 16 трлн долларов США[4,5].

Одним из документов, который позволяет сравнить развитие цифровой экономики, является Рейтинг международных цифровой конкурентоспособности (IMD World Digital Competitiveness Ranking) [6].

Рейтинг за 2019 г. рассчитывался для 63 стран мира на основе анализа 51 показателей, учитывающих уровень готовности стран к цифровой трансформации, состояние регуляторной среды, инвестиции в НИОКР и образование, потенциал цифровых технологий, капитализацию ИТ отрасли

и т. д. Россия расположилась на 38 строчке рейтинга, поднявшись за год на 2 пункта. Возглавляют рейтинг США, Сингапур, Швеция, Дания и Швейцария. [6].

Хотя за последние годы рейтинги России увеличились (до 38 места), но по-прежнему остается наименьший рейтинг по третьему блоку (стремление к глобализации, гибкость компаний, трансфер знаний). То есть основные проблемы сконцентрированы в сфере управления знаниями и их применения на практике (особенно на международном рынке).

С точки зрения обеспечения экономической безопасности, для России становится принципиально важным идти в ногу с развитыми странами и ускорить внедрение цифровых технологий.

Процессы цифровизации столкнулись с рядом препятствий: рост стоимости программного обеспечения, его быстрое обновление, масштабы преобразований. В результате, в будущем может возникнуть несколько вариантов развития:

- 1) заимствование зарубежного программного обеспечения, сужение рынка для отечественных программистов и разработчиков;
- 2) ориентация на зарубежные стандарты работы, создание собственных разработок, встраиваемых в существующие системы;
- 3) работа на опережение, создание собственных альтернативных проектов, разработка программного обеспечения и его продажа за рубежом.

Ориентация только на заимствование отодвигает экономику России в конец цепочки добавленной стоимости, не давая возможности заработать на цифровизации и распространении собственных разработок, но требуя постоянных инвестиций в расширение и развитие данного сектора.

Разработка собственных проектов является необходимым элементом конкурентоспособности (например, HongMeng OS вместо Android, национальной платежной системы «Мир» вместо Visa, программы импортозамещения в сфере сельского хозяйства).

Большинство регионов связывает развитие цифровой экономики с информационным обществом как объединяющим блоком на основе информационно-телекоммуникационной инфраструктуры.

Однако в развитии цифровизации регионов существуют определенные проблемы, влияющие на их конкурентоспособность. Среди основных выделим следующие: недостаточное финансирование ИТ-проектов в регионах, кадровый дефицит, несогласованность действий между разными уровнями власти [7,8].

Кроме того, в отдаленных и малонаселенных регионах существует проблема, связанная с отсутствием или слабым развитием региональной информационной и телекоммуникационной инфраструктуры.

Можно отметить, что по данным мониторинга по развитию информационного общества, цифровизация может столкнуться со следующими ограничениями [9]:

А) демографическая яма – уменьшается количество студентов – если в 2010г. их было 493 человека на 10000 человек населения, то в 2018 – только 284 человека на 10000 человек населения, удельный вес студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в общей численности населения составил в 2010 г. 4,9 %, а в 2018 г. - 2,8%;

Б) финансирование – доля внутренних затрат на исследования и разработки за исследуемый период практически не изменилась: 1,13 (в 2010) до 1,03 – в 2012 г., 1,11% в 2017 г., доля внутренних затрат на научные исследования и разработки сектора ИКТ, в общем объеме внутренних затрат на научные исследования и разработки также колебалась от 1,6% в 2010 г. до 3,7% в 2015 г., затем сократилась до 2,5%;

В) низкая инновационная активность:

- доля организаций промышленного производства и сферы услуг, осуществлявших технологические инновации, в общем числе обследованных организаций менялась от 7,9% в 2010 г. до 8,9% в 2013г., в 2017 г. до 7,5%;

- доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организаций промышленного производства и сферы услуг увеличилась с 4,8% (2010 г.) до 14,1 (2013 г.), затем вновь сократилась до 7,2% (2017 г.);

- число патентов на изобретения, выданных Роспатентом российским заявителям, в расчете на 1 миллион человек населения крайне невелико, и при этом постоянно сокращается: с 151,3 (2010 г.) до 139,8 (2018 г.), что свидетельствует о крайне неустойчивом рынке интеллектуальной собственности;

Г) занятость в ИКТ и использование информационных технологий:

- удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения составляет 1,7% и остается относительно стабильным в течение десяти лет;

- доля органов государственной власти и органов местного самоуправления, использующих Интернет, увеличилась от 86,8% (2010 г.) до 94,8% (2017 г.), но доля электронного документооборота составила в 2017 г. 50,1%;

доля организаций, использовавшие ERP-технологии увеличилось с 5 до 12,2%, (CRM – 10,3%, SCM 4,7) использующие системы электронного документооборота - 66,1%.

Таким образом, цифровизация и рост конкурентоспособности охватывает все сферы экономики, важным являются как ее источники: собственные разработки (и развитие российской экономики) или зарубежные разработки (стимулирование развития зарубежных корпораций), но в то же время необходимо выделить приоритетные направления развития, задачи и реестр отечественных разработок, позволяющих осуществлять импортозамещение и разработку отечественных проектов.

Список литературы

1. Батракова Л. Г. Развитие цифровой экономики в регионах России // Социально-политические исследования – 2019 – № 1. С. 51-64.
2. В авангарде цифровой экономики. Годовой отчёт государственной корпорации «Ростех» за 2016 год [Электронный ресурс] URL: <http://ar2016.rostec.ru/digital-g20/>
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». [Электронный ресурс] URL <https://base.garant.ru/71734878/>
4. Ленчук Е.Б., Власкин Г.А. Формирование цифровой экономики в России: проблемы, риски, перспективы // Вестник Института экономики РАН. 2018. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-tsifrovoy-ekonomiki-v-rossii-problemy-riski-perspektivy> (дата обращения: 24.02.2020).
5. Ганичев Н.А., Кошовец О.Б. Технологический прорыв на базе развития Цифровой экономики: возможности, проблемы, риски // Проблемы прогнозирования. 2019. № 6 (177). С. 48-59.
6. IMD WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING 2019 <https://www.imd.org/globalassets/wcc/docs/release-2019/digital/imd-world-digital-competitiveness-rankings-2019.pdf>
7. Московцев А.Ф., Терелянский П.В., Косенков Р.А., Великанов В.В., Оноприенко Ю.Г., Симонов А.Б., Цыганкова В.Н. Развитие инструментария измерения инновационной активности на региональном уровне // Современная экономика: проблемы и решения. 2011. № 7 (19). С. 53-66.
8. Цыганкова В.Н. Анализ динамики инновационного развития Южного федерального округа // Вопросы инновационной экономики. 2011. № 7 (7). С. 3-9.
9. Информационное общество в Российской Федерации. 2018: статистический сборник [Электронный ресурс] / М. А. Сабельникова, Г. И. Абдрахманова, Л. М. Гохберг, О. Ю. Дудорова и др.; Росстат; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Электрон. текст дан. (9 Мб). – М.: НИУ ВШЭ, 2018. https://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/info-ob2018.pdf

Лубкова Эльмира Миннулловна, к.э.н., доцент,
заведующая кафедрой финансов и кредита
Шилова Анна Эдуардовна, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ АПК ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА)

Эффективное управление АПК на региональном уровне чрезвычайно важно в современных условиях, поскольку способствует развитию системы продовольственного обеспечения.

Регионы России существенно различаются по условиям возможностям развития отраслей и подкомплексов АПК, поэтому необходим различный подход к государственной поддержке АПК, в особенности к поддержке сельского хозяйства как системообразующей отрасли АПК.

Как отмечает А.И. Алтухов, государственная поддержка сельского хозяйства в современных условиях не способствует решению его системных проблем, таких как ускоренное импортозамещение, сокращение дифференциации в уровне жизни сельского населения различных регионов и др. [2].

По мнению Р.А. Абдуллаева, для поддержания конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на российском и мировом рынках должны внедряться региональные целевые программы, направленные на стимулирование производства конкретных видов продукции для различных регионов [1].

Стратегические приоритеты развития АПК регионов СФО в основном связаны с экстенсивным развитием АПК [4]. При этом для повышения конкурентоспособности АПК недостаточно наращивания объемов производства без повышения эффективности деятельности сельхозпроизводителей.

Для промышленных регионов, особенно добывающих, характерны существенные ограничения в возможностях развития сельского хозяйства: ограниченные сельхозугодья, неблагоприятная экологическая ситуация, недостаток кадров в сельском хозяйстве. Часть отраслей АПК таких регионов не может эффективно функционировать без государственной поддержки, поэтому при разработке стратегий развития АПК в промышленных регионах должны быть учтены их специфические особенности [3].

На примере Кемеровской области – Кузбасса авторами были проанализированы приоритетные направления государственной поддержки АПК промышленного региона.

Производство сельскохозяйственной продукции по муниципальным районам (округам) Кемеровской области – Кузбасса показано на рисунке 1.

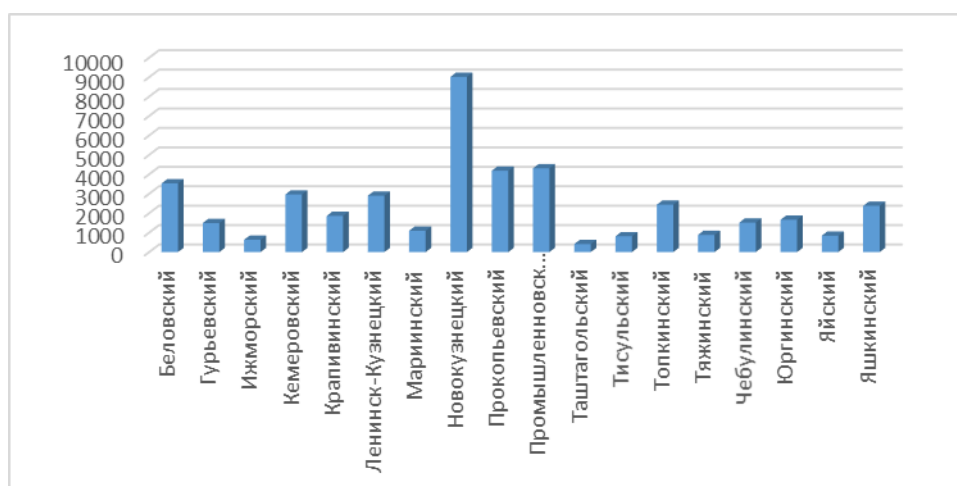


Рисунок 1 – Продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий Кемеровской области – Кузбасса в 2019 г., млн. рублей

* составлено авторами по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области (предварительные данные)

Наибольшие объемы сельскохозяйственного производства в 2019 году наблюдались в Новокузнецком муниципальном районе, Прокопьевском и Промышленновском муниципальных округах.

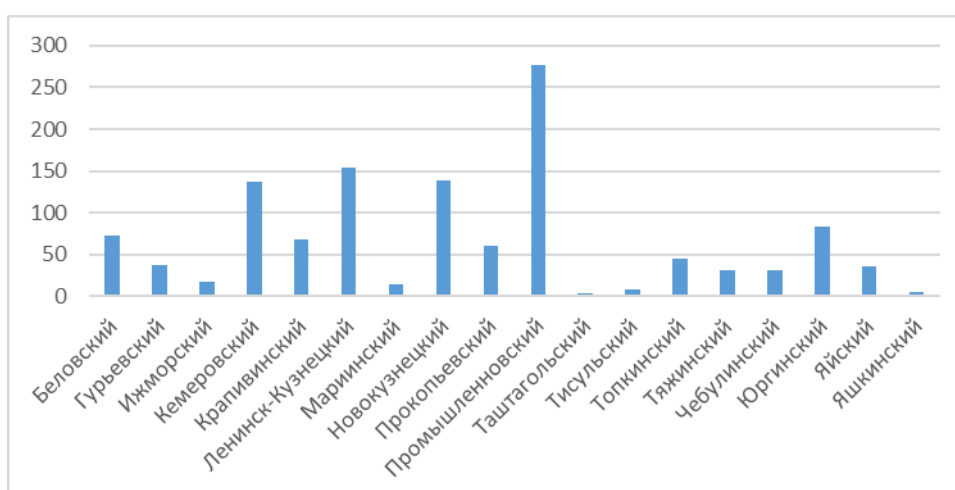


Рисунок 2 – Государственная поддержка АПК и устойчивого развития сельских территорий в разрезе муниципальных образований Кемеровской области – Кузбасса в 2019 г., млн. руб.

* составлено авторами по данным Департамента сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Кемеровской области

Основными получателями средств государственной поддержки АПК и устойчивого развития сельских территорий в Кемеровской области – Кузбассе являются Промышленновский, Ленинск-Кузнецкий, Кемеровский и муниципальные округа и Новокузнецкий муниципальный район (рисунок 2).

На рисунке 3 показано распределение средств государственной поддержки АПК и устойчивого развития сельских территорий по основным муниципальным районам (округам) в 2017-2019 гг.

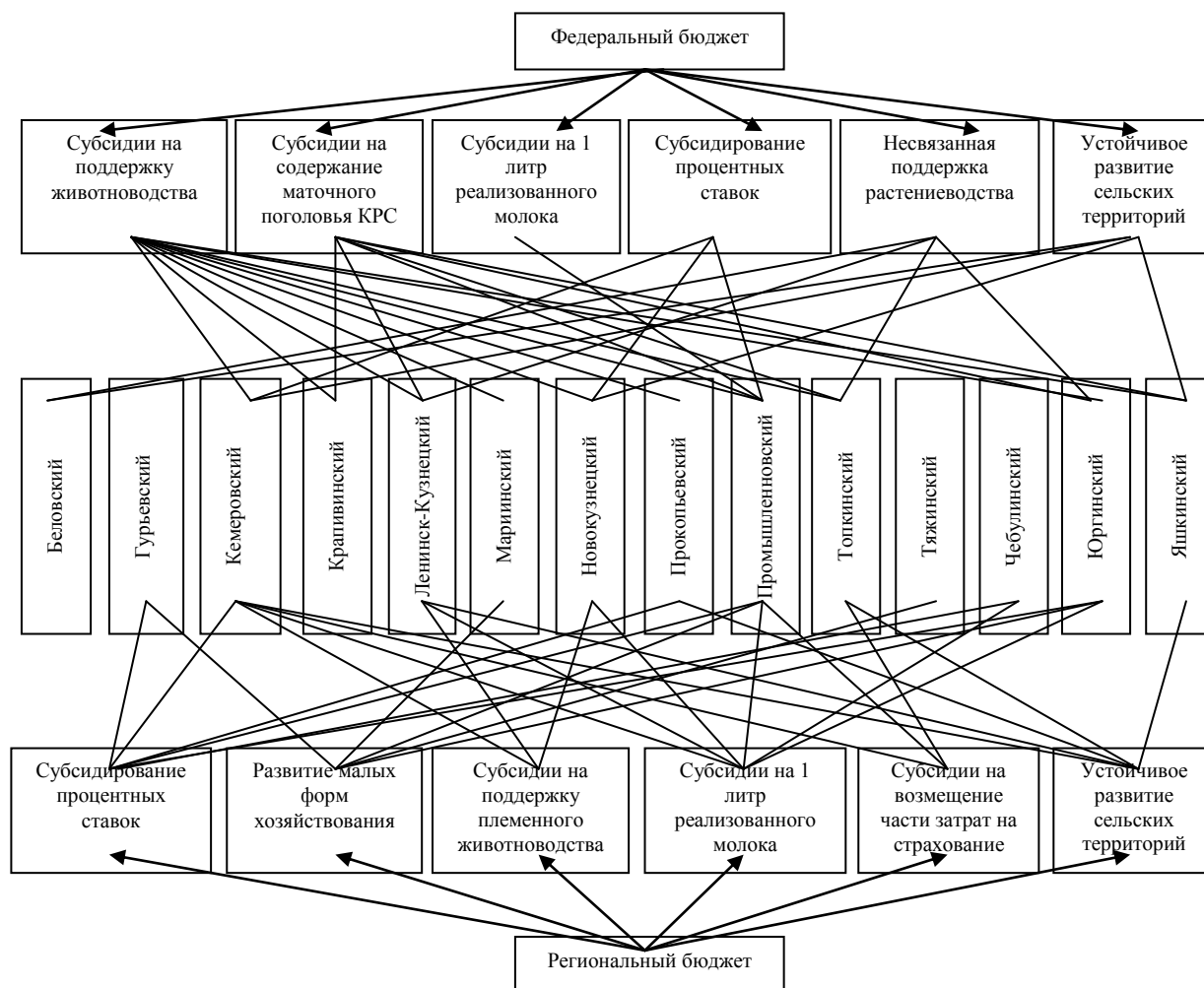


Рисунок 3 – Распределение средств государственной поддержки АПК и устойчивого развития сельских территорий по основным муниципальным районам (округам)*

* составлено авторами по данным Департамента сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Кемеровской области

Основными направлениями государственной поддержки из федерального бюджета на протяжении 2017-2019 гг. были субсидии на поддержку животноводства, содержание маточного поголовья, субсидии на литр реализованного молока, субсидирование процентных ставок, несвязанная поддержка растениеводства и устойчивое развитие сельских территорий. За счет средств регионального бюджета кроме вышеперечисленных направлений, совпадающих с финансируемыми за счет средств федерального бюджета, осуществляются субсидии на развитие племенного скотоводства и на возмещение части затрат на страхование.

Таким образом, государственная поддержка АПК и устойчивого развития сельских территорий Кемеровской области – Кузбасса до 2019 года была направлена в основном на поддержание существующих производств, большинство видов поддержки находилось в прямой зависимости от объемов производства. Значительное внимание уделялось поддержке молочной

отрасли, что актуально в связи с недостаточным потреблением молока и молокопродуктов в регионе. Проблемой существовавшей до 2019-2020 года системы государственной поддержки АПК и устойчивого развития сельских территорий можно считать недостаточное внимание вопросам инновационного развития АПК промышленного региона.

В настоящее время подход к государственной поддержке АПК меняется за счет реализации принципа регионализации, целью которого является активизация региональных точек роста сельского хозяйства. По мнению авторов, повысить конкурентоспособность АПК Кемеровской области – Кузбасса позволит поддержка инновационных производств в АПК.

Список литературы

1. Абдуллаев Р.А. Формирование региональной экономической политики в АПК / Р.А. Абдуллаев // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2019. – 4 (66). – С. 10-14.
2. Алтухов А.И. Решая текущие задачи развития сельского хозяйства, нельзя забывать его проблемы / А.И. Алтухов // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2020. – Т. 223. – № 3. – С. 488-495.
3. Лубкова Э.М. Сравнительный анализ стратегий и программ государственной поддержки АПК регионов Сибирского федерального округа / Э.М. Лубкова // Конкурентный потенциал региона: оценка и эффективность использования: Сборник статей X Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Н.Ф. Кузнецова. – 2019. – С. 85-86.
4. Лубкова Э.М. Стратегические приоритеты развития АПК промышленных регионов / Э.М. Лубкова // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – № 2. – С. 29-35.

Лупанова Наталья Сергеевна, главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля Управления Федеральной службы по
Челябинской области
(г. Челябинск)

АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЗАКУПКАМ ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ОТДЕЛЬНЫМИ ВИДАМИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В ЧАСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЧАЛЬНОЙ (МАКСИМАЛЬНОЙ) ЦЕНЫ ДОГОВОРА

Федеральная антимонопольная служба России и ее территориальные органы являются федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным на осуществление контроля в сфере закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц.

Закупочная деятельность отдельных видов юридических лиц, поименованных в части 2 статьи 1 Федерального закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ

«О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее – Закон о закупках), регламентируется указанным Федеральным законом.

До принятия Закона о закупках корпоративные заказчики произвольно определяли и формировали максимальные цены при проведении закупок для личных нужд.

Заказчики в большинстве случаев либо просто не обосновывали цену, либо устанавливали ее на основе опыта проведения аналогичных закупок ранее.

После вступления в силу Закона о закупках необходимость формирования начальной (максимальной) цены договора (далее – НМЦД) в ходе проведения закупок отдельными видами юридических лиц нашла законодательное закрепление.

В частности, необходимость установления НМЦД в ходе проведения закупок указана в следующих нормах Закона о закупках:

1. В пункте 5 части 9 статьи 4 Закона о закупках указано на необходимость включения в извещение об осуществлении конкурентной закупки сведений о начальной (максимальной) цене договора (цена лота), либо формулы цены, устанавливающей правила расчета сумм, подлежащих уплате заказчиком поставщику (исполнителю, подрядчику) в ходе исполнения договора, и максимальное значение цены договора, либо цены единицы товара, работы, услуги и максимальное значение цены договора;

2. В пункте 5 части 10 статьи 4 Закона о закупках прописана необходимость включения в документацию о закупке не только цены, но и порядка ее формирования (включает ли она расходы на перевозку, уплату таможенных сборов, страхование и иные платежи).

Министерство финансов РФ в письме № 24-01-09/37717 от 16.06.2017 года рекомендовало заказчикам, осуществляющим закупочную деятельность в соответствии с Законом о закупках, при разработке методики обоснования НМЦД в Положении о закупках, руководствоваться методами и порядком, установленными в Приказе Министерства экономического развития РФ от 02.10.2013 года № 567 «Об утверждении Методических рекомендаций по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком».

Также антимонопольный орган в Стандарте осуществления закупочной деятельности отдельных видов юридических лиц от 21.07.2015 указывал на целесообразность отражения в Положении о закупке заказчиками методики обоснования НМЦД, в том числе в зависимости от предмета договора.

Из анализа практики закупок, осуществляемых крупными корпоративными заказчиками, можно проследить некий алгоритм действий заказчика перед обоснованием НМЦД, который выглядит следующим образом:

1. Определение потребности в конкретном товаре (работе, услуге);
2. Составление описания объекта закупки с учетом требований Положения о закупке, в том числе установление перечня требований к товарам (работам, услугам) и условий их поставки (выполнения, оказания);
3. Проведение исследования рынка путем изучения общедоступных источников информации для выявления имеющихся на рынке товаров (работ, услуг), в которых возникла потребность;
4. Определение метода обоснования НМЦД или нескольких методов;
5. Осуществление расчета с учетом выбранного метода или нескольких методов.

Из существующих методов определения НМЦД основным является метод сопоставимых рыночных цен, который является наиболее распространенным и доступным для заказчиков, осуществляющих обоснование НМЦД.

Метод сопоставимых рыночных цен (анализа рынка) заключается в установлении НМЦД на основании информации о рыночных ценах аналогичных товаров, работ, услуг, планируемых к закупкам, или при их отсутствии однородных товаров, работ, услуг.

При этом он может взять за основу НМЦД как полученное наиболее высокое ценовое предложение, так и наименьшее либо рассчитанное среднее арифметическое.

В целях определения НМЦД данным методом заказчику необходимо использовать определенное количество предложений о цене товара (работы, услуги), предлагаемых различными поставщиками (подрядчиками, исполнителями).

Количество ценовых предложений, как правило, отражено заказчиком в Положении о закупке. По общему правилу их обычно не менее трех.

При применении метода сопоставимых рыночных цен для определения НМЦД заказчиком может использоваться следующая информация:

1. Общедоступная информация о рыночных ценах товаров (работ, услуг) в том числе информация о ценах, содержащаяся в реестре договоров;
2. Информация о ценах товаров (работ, услуг), полученная по запросу заказчика от поставщиков (подрядчиков, исполнителей), осуществляющих поставки идентичных товаров (работ, услуг), планируемых к закупке, а при их отсутствии — однородных товаров (работ, услуг);
3. Информация, полученная в результате размещения запросов цен товаров (работ, услуг);

При выборе любого способа определения НМЦД заказчик должен руководствоваться **принципами, установленными Законом о закупках, такими как:**

1. Отсутствия дискриминации;
2. Отсутствия необоснованного ограничения конкуренции;
3. Обеспечения целевого и эффективного расходования денежных средств.

К иным методам определения НМЦД можно отнести:

1. Тарифный метод.
2. Проектно-сметный метод.
3. Затратный метод.
4. Рыночный.

При тарифном методе используются действующие тарифы на оказание определенных услуг и применяется при закупках у естественных монополий и предприятий, которые занимаются регулируемыми видами деятельности.

В ходе определения цены тарифным методом рекомендовано использовать расценки как минимум трех компаний, которые специализируются на оказании необходимых услуг.

При использовании проектно-сметного метода НМЦД цена определяется на основании калькуляции цен на составляющие закупку товары и услуги (работы, оборудование, товары, механизмы и пр.) при учете их объема. Обычно затратный метод применяется для определения НМЦД в части проведения строительных и отделочных работ.

Затратный метод предполагает расчет НМЦД как суммарные затраты с учетом прибыли, являющейся обычной для данного вида деятельности.

Нормативный метод – это расчет НМЦД на основе установленных предельных цен.

Таким образом, Закон о закупках устанавливает только общие принципы проведения закупок.

В настоящее время Минфином России разработан проект федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», предусматривающий установление обязанности заказчиков обосновывать начальные (максимальные) цены договоров при осуществлении закупок в соответствии с Законом № 223-ФЗ, однако, положений, определяющих порядок и способы ее определения он не содержит.

Представляется целесообразным с целью установления «прозрачного» порядка определения НМЦД, исключения коррупционных рисков, рисков неэффективного расходования денежных средств на законодательном уровне закрепить обязательное включение в положения о закупке отдельных норм, регламентирующих порядок формирования и обоснования начальных (максимальных) цен договоров.

Список литературы

1. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц // «Собрание законодательства РФ», 25.07.2011, № 30 (ч. 1), ст. 4571.
2. Корпоративные закупки – 2019: практика применения Федерального закона № 223-ФЗ. Сборник докладов. – М.: «Компания Ладыя», 2019.
3. Краев Н.А. Комментарий к Федеральному закону от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»: постатейный/ Н.А. Краев, А.Н.Борисов. -М., 2012.
4. Приказ Министерства экономического развития РФ от 02.10.2013 № 567 «Об утверждении Методических рекомендаций по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком» // <http://www.consultant.ru>.
5. Письмо Минфина России от 16.06.2017 № 24-01-09/37717 // <http://www.consultant.ru>.
6. Письмо Минэкономразвития РФ от 28.12.2015 № Д28и-3775 // <http://www.consultant.ru>.
7. Письмо Минэкономразвития РФ от 07.10.2016 № Д28и-2658 // <http://www.consultant.ru>.
8. Письмо Минэкономразвития РФ от 28.03.2016 № Д28и-762 // <http://www.consultant.ru>.
9. Письмо Минэкономразвития РФ от 22.02.2017 № Д28и-1076 // <http://www.consultant.ru>.
10. Письмо Минэкономразвития России от 29.06.2016 № Д28и-1627 // <http://www.consultant.ru>.
11. Стандарт осуществления закупочной деятельности отдельных видов юридических лиц от 21.07.2015 // <http://www.consultant.ru>.

Мазаева Светлана Владимировна, заместитель руководителя –
начальник отдела антимонопольного контроля
хозяйствующих субъектов

Дедова Елена Николаевна, главный специалист-эксперт отдела анти-
монопольного контроля хозяйствующих субъектов
(Тамбовское УФАС России, г. Тамбов)

«ВВЕДЕНИЕ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ» В АНТИМОНОПОЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Широкий спектр экономических отношений влечет за собой многообразие видов недобросовестного поведения участников того или иного рынка. В частности, отдельные хозяйствующие субъекты

совершают недобросовестные действия путем воздействия на выбор потребителя.

Так, посредством введения в заблуждение в отношении качества, потребительских свойств, способов, условий изготовления, количества, места производства, изготовителя товара недобросовестный хозяйствующий субъект привлекает к себе потребительский спрос, создавая ложное представление о реализуемых товарах и услугах и о своем статусе как участника рынка, отвлекая тем самым потребителей от добросовестных участников рынка.

Запрет на совершение данного вида недобросовестной конкуренции установлен пп. 3 п. 3 ст. 10-bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в соответствии с которой не допускаются указания или утверждения, использование которых при осуществлении коммерческой деятельности может ввести общественность в заблуждение относительно характера, способа изготовления, свойств, пригодности к применению или количества товаров [1].

Недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение запрещена статьей 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» [2].

Право потребителя на достоверную информацию о товаре защищает Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» [3].

Однако указанный закон регулирует отношения продавца и покупателя, связанные с приобретением какого-либо товара или услуги, в то время как нормы о защите от недобросовестной конкуренции применяются к отношениям хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на одном товарном рынке.

Для квалификации действий по введению в заблуждение в качестве акта недобросовестной конкуренции необходимо наличие всех элементов состава данного правонарушения, предусмотренных статьей 4 Закона о защите конкуренции:

- действия должны совершаться хозяйствующим субъектом-конкурентом;
- действия должны быть направленными на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- действия должны противоречить положениям законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- действия причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанести вред их деловой репутации.

В Тамбовское УФАС России в 2017 году обратилась Ассоциация аптечных учреждений «СоюзФарма» от лица 30-ти аптечных учреждений, а также ООО «Виктория Регион».

Заявители сообщили, что в Тамбовской области появилась аптечная сеть ООО «Либерти». На аптеках вывешивается большая вывеска «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД», которая вводит потребителей в заблуждение и создает впечатление, что аптека работает без розничной наценки и, соответственно, продает лекарственные препараты по низким ценам, переманивая покупателей с целью разорения аптечных конкурентов.

ООО «Либерти» было выдано предупреждение о необходимости прекращения использования на территории Тамбовской области при осуществлении розничной реализации лекарственных средств на вывесках аптечных пунктов обозначения «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД», которое Обществом не было исполнено, в связи с чем, было возбуждено дело.

В ходе рассмотрения дела установлено, что ООО «Либерти» осуществляло деятельность по розничной реализации лекарственных средств на основании лицензии по 21 адресу на территории Тамбовской области. При осуществлении деятельности оформляло места розничной реализации лекарственных средств (аптеки, аптечные пункты) обозначением «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД».

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27 июля 2010 г. №553н утвержден список видов аптечных организаций: «аптека, аптечный пункт, аптечный киоск» [4].

В указанном списке отсутствует такой вид аптечной организации как «Аптечный склад».

Слово «склад» согласно толковому словарю Ожегова, означает: «1. Специальное помещение для хранения чего-н; 2. Запас товаров, материалов, сложенных в одном месте». Слово «аптека» означает учреждение, в котором продаются (или изготавливаются и продаются) лекарства, лечебные средства, предметы санитарии и гигиены [5].

Наименование «Аптечный склад» не является общеупотребительным и общепринятым среди субъектов, осуществляющих розничную продажу лекарственных средств.

Однако ООО «Либерти» сообщило, что не использует обозначение «Аптечный склад», а использует товарный знак по свидетельству №630354 на основании лицензионного договора. На фасадной части аптек размещается информационная табличка, содержащая вид деятельности «Аптека» или «Аптечный пункт», что исключает какое-либо введение в заблуждение покупателей.

Комбинированный товарный знак по свидетельству №630354 зарегистрирован в отношении 35 класса МКТУ – «...продажа розничная или оптовая лекарственных средств...» и представляет собой графическое изображение (в виде чемодана), на котором нанесена надпись «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД». Словесный элемент «АПТЕЧНЫЙ

СКЛАД» является неохраняемым элементом в заявленном обозначении.



Товарный знак зарегистрирован на Анисимова В.Г., являющегося генеральным директором ООО «Либерти».

В соответствии со статьей 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов: вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида; являющихся общепринятыми символами и терминами; характеризующих товары, в том числе указывающих на их вид, качество, количество, свойство, назначение, ценность, а также на время, место и способ их производства или сбыта; представляющих собой форму товаров, которая определяется исключительно или главным образом свойством либо назначением товаров. Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения [6].

Таким образом, под видом использования якобы зарегистрированного товарного знака «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» ООО «Либерти» создавало ложное впечатление о своем статусе как участника рынка, поскольку такие обозначения используются лицами, осуществляющих оптовую торговлю, а, следовательно, реализующих товар по более низким ценам.

По итогам рассмотрения дела комиссия Тамбовского УФАС России пришла к выводу, что наименование «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» на аптеках, аптечных пунктах способно ввести в заблуждение потребителей относительно продавца товара, в данном случае лекарственных препаратов, либо уровня цен на реализуемые товары. Оформление аптеки (аптечного пункта) с использованием слова «СКЛАД» может вызывать у потребителя неверное представление о том, что аптечное учреждение осуществляет либо оптовую торговлю препаратами, либо торговлю препаратами по цене более низкой, чем в розничной сети аптек. Преимущество ООО «Либерти» обеспечивается в этом случае непосредственным информационным воздействием на потребителя. Введение в заблуждение путем использования вывески «Аптечный склад» создает предпосылки к изменению спроса в пользу

ООО «Либерти» и, соответственно, предоставляет указанному хозяйствующему субъекту необоснованное конкурентное преимущество при осуществлении предпринимательской деятельности. Указанные действия оказывают негативное влияние на состояние конкуренции на рынке розничной реализации фармацевтической продукции путем перераспределения спроса в пользу недобросовестного участника.

Обществу было выдано предписание о прекращении использования обозначения «АПТЕЧНЫЙ СКЛАД» при оформлении аптек (аптечных пунктов) в Тамбовской области, в том числе произвести демонтаж вывесок (конструкций) с указанным обозначением.

Законность решения и предписания Тамбовского УФАС России подтверждена судами первой и апелляционной инстанций (судебное дело № А64-433/2019) [7].

Однако ООО «Либерти» недобросовестно уклонялось от исполнения предписания, в связи с чем, Тамбовское УФАС России было вынуждено обратиться в арбитражный суд Тамбовской области с иском о понуждении Общества к исполнению предписания (судебное дело № А64-8301/2019) [8]. В процессе рассмотрения дела судом Общество исполнило выданное ему предписание.

По итогам обжалования решения суды пришли к выводу, что использование таких обозначений как «оптовый склад», «аптечный склад», «оптовая база» для индивидуализации предприятий, осуществляющих складское хранение и оптовую торговлю, является обычаем делового оборота и обозначение «Аптечный склад» на предприятии розничной торговли создает ложное впечатление о своей квалификации как участника рынка. Использование в наименовании аптеки слова «склад» может вызвать у потребителя неверное представление о том, что аптечное учреждение осуществляет либо оптовую торговлю препаратами, либо торговлю препаратами по цене более низкой, чем в розничной сети аптек.

Таким образом, специфика такого вида недобросовестной конкуренции как «введение в заблуждение» заключается в получении преимуществ перед конкурентами посредством информационного воздействия на потребителя, в результате чего происходит «перетягивание» спроса на недобросовестных участников рынка и может повлечь за собой перераспределение объемов рынка.

Тем не менее, несмотря на то, что субъекты фармацевтического рынка находят новые способы нечестного поведения на рынке и получения неконкурентных преимуществ перед другими его участниками, действующее антимонопольное законодательство Российской Федерации позволяет такое недобросовестное поведение своевременно пресекать. Выявление и пресечение данного нарушения способствует сохранению и нормальному функционированию конкурентного фармацевтического рынка.

Список литературы

1. Конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. (пересмотрена в Брюсселе 14 декабря 1900 г., в Вашингтоне 2 июня 1911 г., в Гааге 6 ноября 1925 г., в Лондоне 2 июня 1934 г., в Лиссабоне 31 октября 1958 г. и в Стокгольме 14 июля 1967 г. и изменена 2 октября 1979 г.) // СПС «КонсультантПлюс», 2020.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СПС «КонсультантПлюс», 2020.
3. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1(ред. от 24.04.2020) «О защите прав потребителей» // СПС «КонсультантПлюс», 2020.
4. Приказ Минздравсоцразвития РФ от 27.07.2010 № 553н «Об утверждении видов аптечных организаций» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 08.09.2010 № 18393) // СПС «КонсультантПлюс», 2020.
5. Толковый словарь Ожегова // URL: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=30854>.
6. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 26.07.2019, с изм. от 24.07.2020) // СПС «КонсультантПлюс», 2020.
7. URL: <http://kad.arbitr.ru>.
8. URL: <http://kad.arbitr.ru>.

Макарова Ольга Александровна, магистрант гр. СУмоз-181
(КузГТУ, г. Кемерово)

ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

Экономическое управление недвижимостью как процесс формирования доходов и расходов, возникающих при строительстве и эксплуатации вверенного объекта, оказывает большое влияние на эффективность такой деятельности. Однако в настоящее время для развития данного направления управления недвижимостью существует множество проблем как теоретического, так и практического плана.

Среди них можно выделить отсутствие методологических и теоретических основ, способов и методов экономического управления недвижимостью, привязанных и к современным условиям России, и к конкретному местоположению объекта (т.к. рынок недвижимости локален, а местоположение является одним из главных ценообразующих факторов).

Первый и основополагающий шаг управления недвижимостью – формулирование миссии организации, выявление всех составляющих имущественного комплекса и направлений его использования. Инструментарий для формулирования миссии может быть почерпнут в стратегическом менеджменте, как программном способе управления, обеспечивающий согла-

сование целей, возможностей предприятия и интересов владельцев и работающих [2, 5].

При разработке стратегии организации в рамках экономического управления недвижимостью важно осуществить четкую структуризацию действий разработчиков, таких как:

- выработка приоритетов и философии стратегии деятельности;
- качественная и количественная оценка имущества организации;
- прогнозирование внешних условий (экономических, социальных, научно-технических, законодательных);
- маркетинговое исследование;
- выявление приоритетов развития;
- формулировка стратегии управления;
- составление программы развития недвижимого имущества организации в целом и выделение приоритетов развития.

Стратегическое управление недвижимостью позволяет точно сформулировать цели организации по эксплуатации недвижимого имущества.

Правильно поставленные цели по управлению недвижимостью должны отвечать следующим требованиям [1]:

- измеримость – количественная и качественная оценка степени достижения (стоимостные и не стоимостные измерители);
- реальность – поэтапная достижимость с учетом возможностей и существующих ограничений;
- четкость и конкретность – точная и ясная формулировка содержания, объема и времени.

Финансовое управление недвижимостью является важной составляющей его экономического управления, позволяя провести анализ состояния имущественного комплекса и внести своевременные коррективы в работу организации. Оно позволяет выявить прибыльные и убыточные имущественные комплексы, подает сигнал о необходимости определенных изменений в деятельность организации.

Финансовое управление ориентировано на контроль за финансовыми потоками внутри организации, определение конкретных локальных приоритетов расходования денежных средств, работу с клиентами (арендаторами) по оплате ими услуг организации.

Цели финансового управления недвижимостью не должны противоречить стратегическим целям организации и направлены на обеспечение наибольшего дохода организации в рамках конкретных сложившихся внешних условий [3].

Основным назначением маркетинга в системе экономического управления объектом недвижимости в подавляющем большинстве случаев является:

обеспечение менеджера комплексной информацией о рыночных ставках арендной платы и ценах сделок купли-продажи объектов в различных сегментах рынка недвижимости;

- привлечение на объект потенциальных арендаторов и пользователей услуг;
- поиск и привлечение возможных покупателей управляемого объекта.

Маркетинг в управлении недвижимостью очень тесно связан со стратегическим управлением организацией: установленные им цели переходят в задачи маркетинговых исследований, а от результата последних зависит выполнение стратегических целей и миссии организации [7].

Реализацию представленных основных функций по управлению недвижимостью должен обеспечивать квалифицированный персонал в области:

- маркетинга (создание и ведение баз данных по недвижимости);
- производства (строительство и реконструкция); эксплуатации;
- финансов (определение источников финансирования недвижимости и целесообразности капитальных вложений в конкретные объекты);
- управления кадрами (создание системы подготовки и повышения квалификации кадров управляющих и других специалистов).

Рассматривая конкретные вопросы организации работы с персоналом, необходимо иметь виду, что в современных условиях человеческие ресурсы рассматриваются как фактор производства, который нужно размещать, мотивировать, развивать наравне с другими ресурсами, чтобы обеспечить достижение стратегических целей компании.

Управление персоналом в рамках управления недвижимостью не имеет определенной специфики. Принцип остается неизменным: подбор качественного персонала, его разностороннее развитие и мотивация позволяет достичь целей управления недвижимостью с наименьшими затратами и наибольшим эффектом [6].

Для экономического управления недвижимостью качество это прежде всего осуществление всех его функций, т.е. наиболее эффективное удовлетворение требований субъектов права пользования, распоряжения и владения объектом. Данная деятельность принимает форму оказания услуг, а применительно к качеству услуг выделяют:

- компетентность (фирма обладает требуемыми навыками знаниями, чтобы оказать услугу);
- надежность (стабильность работы фирмы);
- доступность (легкость контакта с сотрудниками фирмы);
- коммуникация (своевременное информирование клиентов);
- доверие (репутация фирмы);
- безопасность (защита от риска физического и морального);
- обходительность (вежливость, внимательность, дружелюбие);

Для контроля качества применим международный стандарт ISO 9001 «Системы менеджмента качества – требования». Это управленческий подход, сосредоточенный на организации как системе, причем основное внимание уделяется командам, процессам, статистическим данным, постоянному совершенствованию, а также выпуску товаров и услуг, полностью удовлетворяющих ожидания потребителей или превосходящих их.

Экономическое управление недвижимостью становится все более и более загружено значительным количеством данных о деятельности организации. Эти данные затрагивают все сферы деятельности субъекта управления: это информация об арендаторах, процессах, протекающих в здании, потреблении всех видов ресурсов и многое другое. Это требует совершенствования технологий обработки и хранения информации.

Такие информационные системы позволяют усовершенствовать многие внутренние процессы, снизить себестоимость продукции, производить ее быстро и качественно по всем перечисленным направлениям [4].

Таким образом, к экономическому управлению недвижимостью можно отнести:

- стратегическое управление недвижимостью;
- финансовое управление;
- проектное управление объектами;
- маркетинговая деятельность;
- управление персоналом, обслуживающим недвижимость;
- контроль качества;
- использование информационных технологий в управление недвижимостью;

Все выделенные направления тесно переплетаются и составляют комплекс, позволяющий решать весь спектр проблем, возникающих при управлении недвижимостью. Осознание их сути позволяет дать более конкретное определение термину «экономическое управление».

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что экономическое управление недвижимостью – это осуществление комплекса операций по улучшению, строительству, ремонту и эксплуатации зданий, сооружений, земельных участков в целях наиболее эффективного использования объекта в интересах собственника недвижимости, проводимое в условиях повышения качества управления и системы обслуживания с ориентацией на конкретного потребителя, при обеспечении минимальных издержек.

Список литературы

1. Горелова, С.С. К вопросу оценки эффективности управления объектами недвижимости // Вестник ОГУ. 2013. №8 (157). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-otsenki-effektivnosti-upravleniya-obektami-nedvizhimosti>.
2. Зайченко, К.В. Проблемы управления коммерческой недвижимостью в условиях кризиса // European science. 2015. № 6. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-upravleniya-kommercheskoy-nedvizhimostyu-v-usloviyah-krizisa>.

3. Кудрявцева, Е. В. Проблематика услуги управления коммерческой недвижимостью // Известия ТПУ. 2010. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problematika-uslugi-upravleniya-kommercheskoy-nedvizhimostyu>.

4. Малюгин, А. Н., Колотовкина, Е.И. Обоснование корректировки индекса доступности жилья (на примере Кемеровской области) / А. Н. Малюгин, Е.И. Колотовкина // Бизнес. Образование. Право – 2011. – №3. – С. 113-117.

5. Малюгин, А.Н. Эффективность управления объектами недвижимости: дис. ...канд. экон. наук. – Кемерово, 2002. – 194 с.

6. Модели и методы систем управления : учеб. пособие / В.В. Герасимов, Е.А. Вахрушева, А.Н. Малюгин : – Новосибирск : НГАСУ (Сибстрин), 2009. – 156 с.

7. Шундулиди А.И. Экономика и управление недвижимостью: учеб. пособие / А.И. Шундулиди, А.Н. Малюгин, Е.Б. Денисенко: – Кемерово: КузГТУ, 2006. – 122 с.

Малюгин Алексей Николаевич, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАЛЫХ ГОРОДОВ

Возможность удаленной работы открыла новые перспективы по развитию малых городов. Снизилась необходимость жить как можно ближе к работе или вообще непосредственно в городе, где она расположена. Не все компании спешат возвращать сотрудников в офис, и не все работники жаждут туда вернуться. Здесь видна логичная возможность для развития малых городов и пригородов - где-то более безопасных, более удобных, более компактных и более экологичных, чем крупные агломерации.

Эксперты по всему миру прогнозируют, что после кризиса удаленно будут работать больше людей, чем до него. Компании много инвестировали в организацию удаленной работы. По данным Statista, 35% работников в Германии, 42% в Англии и 37% в США уверены, что количество работающих из дома людей возрастет. В России число людей, работающих удаленно во время эпидемии выросло, по данным «Работа.ру» с 3% до 14%. При этом многие оценили преимущества домашней работы. В опросе, охватившем около тысячи жителей городов-миллионников, 76% респондентов назвали преимуществом удаленки экономию времени на дорогу до работы, а 59% нравится гибкий график [5].

Из городов в сельскую местность в ближайшем будущем может перебраться 25-30% граждан России [3]. С развитием онлайн-технологий, телемедицины, электронной школы и других виртуальных сервисов, у

многих реализуется давняя мечта: получать зарплату в Москве, а тратить ее в провинции. Удаленная работа открывает такую возможность для людей очень многих профессий.

До сих пор у жизни в городе были четыре главных преимущества: разнообразная и доходная работа, хорошее образование для детей, относительно высокий уровень медицины и доступ к культурной инфраструктуре [1, 9]. Теперь их перевесил один фактор: уязвимость перед массовыми заболеваниями.

Часто молодежь уезжала из малых городов не по причине отсутствия возможности трудоустроиться дистанционно. Часть населения уезжает из малых городов именно из-за отсутствия впечатлений и возможности самореализации в культурном, событийном и эмоциональном смыслах. В малых городах нет ничего, что могло бы обеспечить потребности современного человека. Нет условий для разных категорий населения, которые могли бы задержаться в таких городах.

Первая проблема это интернет. Стабильный интернет есть далеко не везде. В крупных городах и их пригородах - да, с ним проблем нет, можно и провайдера выбрать, и тариф подходящий найти. В поселках и малонаселенных районах страны это насущная проблема, которую решают на уровне региона. Интернет необходим для того, чтобы иметь средства производства там, где ты хочешь.

Вторая проблема – отсутствие инфраструктуры урбанизированных территорий. Это важно для современного человека. Он хочет даже в малом городе вести урбанизированный образ жизни: иметь качественную инженерию, удобную транспортную инфраструктуру, связанность с крупными агломерационными центрами, необходимый для жизни ритейл. Человек хочет жить на природе, чтобы рядом был лес, река, поля, иметь свой дом с палисадником и баней, но при этом не только не думать о том, откуда добывать воду, есть ли электричество и газ, но и иметь возможность пройти по мощеной улице, не запачкав туфли, купить кофе, поехать в соседний город на комфортабельном автобусе. Эти потребности кажутся незначительными, но они важны определенному поколению.

Третья проблема – отсутствие качественного медицинского обслуживания и образования. Эти услуги наиболее актуальны для поколения, которое заводит и растит детей, создает семьи в малых городах. Получается, что этот барьер постепенно становится менее значимым: набирает обороты телемедицина. Однако она не решит всех проблем, поэтому фельдшерские пункты и медицинские учреждения все равно нужны. Если не будет качественной медицины или ее не будет рядом, никто не останется в малых городах.

Эксперимент по дистанционному образованию сейчас проходит в масштабе всей страны. Отката назад, исключительно в очное образование, в этой сфере уже не произойдет, поскольку даже самые инертные слои среди преподавательского состава, в силу определенных жестких мер,

освоили Skype, Zoom, показывать презентации. Доступность образования - это ключевой фактор, развития современной семьи [2].

Города, от миллиона и до 500 тыс. населения, тоже заслуживают внимания, так как благодаря пандемии они получают совершенно иное развитие. Для многих стало доступным то, что раньше было возможно только через смену дислокации - переезд и непростой процесс карьерного роста в крупном мегаполисе. Теперь людям предлагается модель, при которой они могут, сохраняя более спокойный образ жизни и находясь в привычных для них условиях - более экологических и более здоровых, - иметь доступ к образованию, медицине и работе [11].

Все это может поменять отношение государства к глубинке. Постепенно под этот процесс подстроится и госпрограммы. Сейчас, как известно, приоритет отдается либо социально болезненным точкам региона, либо крупным образованиям, где есть экономика, бизнес, предприятия, заводы и фабрики. В то же время существует огромная прослойка городов, которые, с социальной точки зрения, не находятся на краю пропасти, но и не имеют ярко выраженного потенциала. Теперь у них появился шанс: если большее количество людей поедет в эти города и останется там, то государство может пересмотреть финансирование и распределение средств в пользу этих городов с точки зрения создания комфортной городской среды [10]. Идея «подушевого финансирования», когда бюджетные средства распределяются в корреляции с количеством пользователей, в первую очередь, с выделением трудоспособного населения репродуктивного возраста, может сработать как рычаг, стимулирующий изменения. Если многие люди вернуться в свои родные города с тем багажом опыта и знаний, который они приобрели, мы увидим, как государственная политика перестроится вслед за изменениями в системе расселения. И это произойдет естественным путем, как следствие пандемии.

Малые города могут быть более гибкими в плане городского обустройства, более оперативно отвечать на новые запросы жителей. Здесь главное, чтобы сами жители принимали активное участие в процессе обновления городской среды. А они, как показывает практика, к этому готовы, в том числе благодаря интернету. Происходит смена вектора развития городов.

Развитие дистанционных форматов вовлечения граждан идет очень активно, используются новые форматы общения, донесения информации до как можно большего числа жителей. Это исключительно важно, поскольку взаимодействие с жителями – обязательный элемент стройки и благоустройства. Без этого в принципе не может быть качественного изменения городской среды, как и прогноза по востребованности создаваемой инфраструктуры, эффективности вложений бюджетных средств.

Пандемия коронавируса скорректировала действия людей в сторону безопасного поведения. В тоже время современные технологии снизили

необходимость жить ближе к работе, что дает возможность для развития малых городов и пригородов.

Общественное восприятие городов для такого короткого срока действительно поменялось существенно. Прежде всего, стал остро ощущаться запрос на формирование локальных общественных пространств.

После частичного перехода на удаленную работу и самоизоляцию, с ограничениями на передвижение и время выхода из дома, многие россияне осознали важность мест отдыха в пешей доступности. Когда каждый выход на улицу становится небольшим праздником – а такое ощущение вряд ли быстро исчезнет, – обстановка за пределами квартиры тоже должна соответствовать этому настрою. Большие парки и популярные места отдыха были закрыты, и именно ухоженные улицы рядом с домом стали отдушиной, которая помогала справляться с бременем карантина. Поэтому мы видим растущую потребность в комфортной городской среде в формате «прямо здесь и сейчас», в районе проживания – когда не нужно никуда ехать и тратить на транспорт свое время [7, 8].

Остро это проявилось, например, в спальнях районах, которые, в соответствии с названием, предназначены только для частичного времяпрепровождения. Урбанисты и раньше говорили, что для исправления ситуации нужно создавать в «спальниках» точки притяжения, делать районы более функциональными. В период пост-изоляции обстановка этих микрорайонов определенно будет переосмыслена, причем не только экспертами, но и, что ценно, самими жителями, которые сформируют запрос на изменение.

Потребность в уютных пространствах никуда не уйдет, но она также какое-то время будет тесно связана и с поиском безопасности - в сознании, по крайней мере, части населения будет сохраняться инстинкт, советующий избегать популярных мест и большого скопления людей. Локальные скверики, в которых точно не будет много прохожих, для этого подходят как никогда лучше, поэтому текущая ситуация создает стимул для развития городских пространств вдали от центра. Это же, к слову, потенциально может снизить риски распространения и других глобальных инфекций и вирусов, ведь потребность передвигаться из одного конца города в другой будет меньше.

Бум онлайн-сервисов ускоряет внедрение технологий «умного» города. Это станет дальнейшим драйвером развития городов.

Комфортное проживание складывается из мелочей, поэтому россияне заметят обновление городских процессов благодаря появлению новых сервисов, услуг и упрощению старых. Например, сдать показания счетчика коммунальных ресурсов с помощью чат-бота. В дальнейшем все управление домами перейдет на онлайн-платформу, для этого уже создана законодательная база: в этом году был принят закон, приравнивающий дистанционные собрания собственников жилья к очным. Поменяется и логистика. Модель нового транспортного поведения предписывает снижать число со-

циальных контактов, поэтому, по ожиданиям экспертов, люди станут больше ходить пешком и намного чаще пользоваться шеринг-системами [4].

Опыт самоизоляции и продолжительного карантина поменяет города в сторону открытости. Они станут более «дружелюбными» к пешеходам и пользователям шеринговых сервисов, более адаптированными к изменениям в пользу граждан и более чуткими к их запросам. При этом повысится и заинтересованность самих жителей в том, чтобы участвовать в преобразованиях – онлайн-форматы вовлечения значительно экономят время всех участников процесса формирования городской среды и позволяют собрать много полезных данных.

По мнению А.Н. Максимова и Д.П. Соснина, экспертов Российской академии народного хозяйства и государственной службы, пандемия выступила «триггером», который спровоцировал переезд части жителей мегаполисов на территории с меньшей плотностью населения. Переход сотрудников на удалённую работу сделал возможным их проживание в малых городах и пригородах, в сельской местности с сохранением уровня доходов, характерного для крупных городов [6].

Многие жители будут устремлены в менее густонаселённые города с целью сократить связанные с проживанием издержки в условиях прогнозируемого затяжного экономического кризиса, а также из-за восприятия крупных городов как территорий повышенного риска заражения при сохранении в массовом сознании страхов повторения пандемии.

По опыту жизни в самоизоляции многие люди пересмотрели требования к своим жилищам, выявились проблемы небольших квартир. Из-за невозможности создать условия для организации удалённой работы или домашних занятий спортом загородное проживание стало для горожан более предпочтительным.

Коронавирус, ставший «болезнью городов», повысил требования не только к домам, но и к самой территории проживания. Так, Международная экономическая организация развитых стран (ОЭСР) рекомендует развивать в городах шаговую доступность горожан к базовым функциям и услугам, повышая их устойчивость к экономическим, социальным и экологическим рискам.

Список литературы

1. Munoz O., Malyugin A., Kolotovkina E. 2019. The Most Efficient Use of the Real Estate Property in Managerial Decision Making. ICEME 2019 Proceedings of the 2019 10th International Conference on E-business, Management and Economics, Pages 80-84, July 15–17, 2019, Beijing, China, Beijing University of Technology, ACM New York, NY, USA. DOI=<https://doi.org/10.1145/3345035.3345073>

2. Георгиевский С.А. Пандемия поменяет положение малых городов [Электронный ресурс] / С.А. Георгиевский // Экспертный совет по малым территориям. – 2020. – Режим доступа: <http://rusregions.com/pandemija-pomenjaet-polozhenie-malyh-gorodov/> (03.09.2020)
3. Дуэль А. До трети россиян после пандемии переедут из городов [Электронный ресурс] / А. Дуэль // Российская газета. – 2020. - Режим доступа: <https://rg.ru/2020/04/17/do-treti-rossiiian-posle-pandemii-pereedut-iz-gorodov.html> (27.08.2020)
4. Егоров М.Б. Мы видим возможность для развития малых городов и пригородов [Электронный ресурс] / М.Б. Егоров // Интерфакс – Недвижимость. – 2020. – Режим доступа: <https://realty.interfax.ru/ru/experts/interviews/118988/> (27.08.2020)
5. Красильникова Н. Гибкие работники: как поменяются города-миллионники после пандемии [Электронный ресурс] / Н. Красильникова // РБК Недвижимость. – 2020. – Режим доступа: <https://realty.rbc.ru/news/5eddf0599a7947e4a6e5fedc> (03.09.2020)
6. Максимов А. Н. Эксперты РАНХиГС спрогнозировали долгосрочную тенденцию к оттоку населения из крупных городов [Электронный ресурс] / А. Н. Максимов, Д. П. Соснин // РАНХиГС. – 2020. - Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/eksperty-rankhigs-sprognozirovali-dolgosrochnuyu-tendentsiyu-k-ottoku-naseleniya-iz-krupnykh-gorodov/> (03.09.2020).
7. Малюгин, А. Н. Стратегические направления обеспечения конкурентоспособности / А. Н. Малюгин, О. В. Сербегешев // Сборник материалов XI Всероссийской научно-прак. конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апр. 2019 г., Кемерово [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «Кузбас. гос. техн. ун-т им. Т. Ф. Горбачева»; – Кемерово. – 2019. – URL:<http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80334.pdf> (дата обращения: 27.08.2020).
8. Малюгин, А. Н. Экономическое содержание конкуренции на рынке недвижимости / А. Н. Малюгин, О. А. Макарова // Конкуренция и монополия: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – КузГТУ – Кемерово, 2018. – С. 123-127.
9. Малюгин, А. Н. Эффективность управления объектами недвижимости: дис. ...канд. экон. наук. – Кемерово, 2002. – 194 с.
10. Малюгин, А. Н., Колотовкина, Е. И. Обоснование корректировки индекса доступности жилья (на примере Кемеровской области) / А. Н. Малюгин, Е.И. Колотовкина // Бизнес. Образование. Право – 2011. – №3. – С. 113-117.

11. Модели и методы систем управления : учеб.пособие / В. В. Герасимов, Е. А. Вахрушева, А. Н. Малюгин : – Новосибирск : НГАСУ (Сибстрин), 2009. – 156 с.

Матвеева Людмила Григорьевна, д.э.н., профессор
(ФГАОУ «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВЕКТОРЫ И УРОВНИ ИЕРАРХИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В условиях принципиально изменившегося (в том числе под воздействием двух факторов глобального характера – пандемии коронавируса и падения цен на энергоносители) геополитического и геоэкономического окружения России, на фоне адаптации к новым императивам и преодоления кризисных явлений в отечественной и мировой экономической системе происходит усиление роли регионов в поддержании национальной конкурентоспособности. Это объясняется, во-первых, особой ролью территориальных образований в реализации государственной политики федерального уровня, во-вторых, тем, что потрясения глобального масштаба, существенно сказываясь на макроуровневых системах, как правило, смягчаются при переходе к мезоэкономическим системам.

Несмотря на несомненное негативное влияние кризисных явлений и циклических изменений также и на экономики регионов, последние являются, в то же время, теми подсистемами национального хозяйства, которые обладают существенным потенциалом не только скорейшей адаптации к внешним вызовам, постепенного выхода из кризисной ситуации, но и создания предпосылок устойчивого экономического роста на основе активизации инновационных процессов. В том числе – на основе достижения их сбалансированности и гармонизации в системе отношений «центр-периферия». Основной причиной существования у регионов данного свойства является возможность эффективного управления наличными и привлекаемыми ресурсами для формирования и реализации региональных стратегий модернизации в рамках общенациональных целей.

Это актуализирует разработку и применение комплексного системного инструментария управления эффективностью ресурсообеспеченности региональной экономики, адаптивного как к разным типам регионов, так и к изменениям внешней среды, и ориентированного на повышение уровня сбалансированности модернизационного развития всех территорий на основе инноваций как фактора конкурентоспособности региона.

Формирование в региональных экосистемах благоприятных условий для роста их конкурентных позиций постоянно уделяется большое значе-

ние на государственном уровне, учитывая их высокую значимость для конкурентоспособности страны. В декабре 2020 года завершается реализация плана «О развитии конкурентоспособности в Российской Федерации на период 2018-2020 годы». На заседании Правительства РФ 27 августа 2020 года Председатель Правительства М.В. Мишустин отметил важность формирования в нашей стране конкурентной среды для повышения уровня конкурентоспособности регионов в границах национальной экономики и в мире, а также конкурентоспособности России в мировом экономическом пространстве. В частности, была специально отмечена необходимость создания условий для устранения или недопущения барьеров для конкуренции, причем как на мезо-, так и на микроуровне, что соответствует иерархической вложенности и соподчиненности данных понятий.

Указанная вложенность на примере модернизационно-инновационной компоненты государственной политики конкурентоспособности показана на рисунке 1.

Поддерживающими региональный и общенациональный векторы повышения конкурентных позиций является также корпоративный и отраслевой сегменты экономики. Так, высокий уровень конкуренции в сфере здравоохранения проявился в условиях кризиса 2020 года, ставший стимулом и толчком для реформирования и диверсификации производства обеспечивающих отраслей, а также непосредственно организации здравоохранения, что позволило России не допустить высоко негативных кризисных тенденций в экономике и социальной сфере.

В соответствии с рисунком 1 очевидно, что стратегические ориентиры и векторы наращивания потенциала конкурентоспособности в структурно-функциональных подсистемах национальной экосистемы логически взаимодействуют и напрямую сопряжены с соответствующими целевыми установками экосистем более высокого уровня экономической иерархии. При этом одной из основных задач общенациональной стратегии конкурентоспособности является формирование соответствующих векторов не только в полюсах инновационного роста региональных экономик, но и в системе отношений «центр-периферия». Это определяет новые аспекты механизмов достаточного ресурсного обеспечения этих процессов и эффективного использования ограниченных ресурсов разного вида в концепте отмеченной выше региональной сбалансированности.

Данный тезис связан с тем, что региональная экономическая система, во-первых, является, несмотря на отмеченную на рисунке 1 иерархию и вложенность стратегий, относительную обособленность и самостоятельность в принятии и реализации управленческих решений; во-вторых, «имеет сложную внутреннюю структуру и представляет собой множество социально-экономических подсистем, взаимосвязанных и взаимодействующих между собой в сфере производства, распределения, обмена и потребления, образующих целостную единую социально-экономическую структуру в рамках определенной территории» [1]. В то же время с методологических

позиций системного подхода рассмотрение региона как объекта экономической природы в качестве закрытой системы весьма условно (поэтому речь и идет о его относительной обособленности), поскольку регион является мезоуровнем национальной экономики. То есть своего рода «промежуточным звеном» между микро- и макроуровнем, постоянно с ними взаимодействующим.

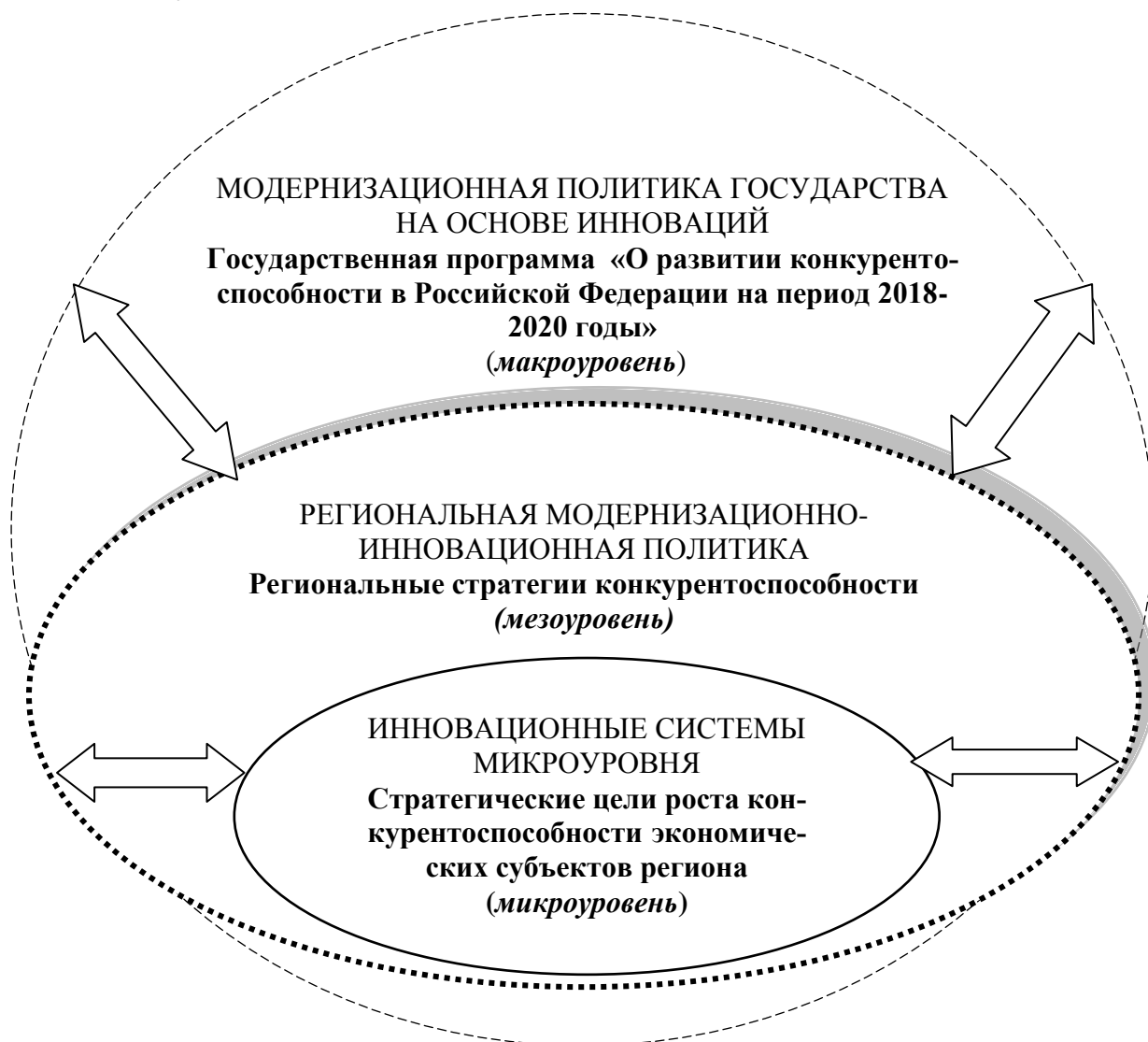


Рисунок 1 – Иерархическая «вложенность» стратегий конкурентоспособности национальной и региональных экосистем и субъектов микроуровня

Но для исследования проблемы ресурсного обеспечения принимаемых, особенно в кризисных условиях, решений для поддержания (или повышения) конкурентоспособности региона такая абстракция представляется вполне возможной. Это способствует полнее анализировать и оценивать реальный ресурсный потенциал (прежде всего инновационный и кадровый) территорий, обоснованно целеориентировать его на решение первоочередных проблем, приоритизируемых с одновременным учетом требований федерального центра, специфики региона, а также возможностей его субъектов.

Очевидно, что экономические процессы и обеспечивающие их ресурсные потоки на представленных на рисунке 1 уровнях протекают одновременно, при этом более высокие уровни иерархии включают более низкие, но претерпевая изменения, иногда достаточно существенные, что наглядно демонстрирует реальная практика коронакризиса. Но несмотря на то, что данные процессы аналогичны на разных уровнях, но скорость их осуществления и «отклика» на внешние возмущения различная, особенно на разных стадиях экономического цикла. Это, в том числе, объясняется изменениями, происходящими в их ресурсном потенциале, в частности, появлением ограничений отдельных его компонент.

Выявляемые ограничения – лимитирующие компоненты регионального потенциала конкурентоспособности - являются целеориентирующими векторами управляющих воздействий по их наращиванию и переводу в разряд ростоформирующих.

При этом более устойчивыми будут регионы, в которых наблюдается максимальная ориентация на использование внутренних ресурсов с минимальной зависимостью от ввозимых. Это в полной мере относится к главному рычагу и драйверу постепенного вывода из кризиса регионов – их промышленной сферы, в силу чего именно она, наряду с строительством, была объявлена в числе первых отраслей, с которых были сняты кризисные ограничения.

Однако инициирование инновационного сценария для экономики страны в целом и ее отдельных территорий не может являться однозначной панацеей от воздействий мирового кризиса и единственной стратегией конкурентоспособного развития национальной экономики. Только в сопряжении с результатами дальнейшей интенсификации воспроизводственных процессов, роста эффективности производства и изменения структуры конечных общественных потребностей можно добиться мультипликативного эффекта как в национальной экономике, так и в региональных экономических системах, что позволит уже в ближайшее время сформировать основу для появления флагманов конкурентоспособности России в мировом экономическом пространстве.

Литература

1. Ресурсный потенциал модернизации регионов Юга России: монография /под общ. ред. проф. Л.Г.Матвеевой, О.А.Черновой. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета. 2017. – 400 с.

Медведева Людмила Николаевна, д.э.н, профессор
Степанова Анна Владимировна, к.ю.н доцент
Водопьянова Наталья Александровна к.э.н., доцент
(Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ, г. Волжский)

ПРЕДСКАЗУЕМОЕ БУДУЩЕЕ ГОРОДОВ ЧЕРЕЗ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ

Сегодня города являются «домом» для 70 % населения Земли и будущее цивилизации во многом определяется именно здесь. Но города не однородны, существует достаточно много типологий и классификаций, которые выстраивают ранги городов.

Исследования последних лет показывают, что особенности человеческого поведения и состояние гражданского общества могут вносить изменения в траекторию развития городов, которая выстраивалась по классическим канонам: историческое и региональные развитие, связанное с наличием природных факторов [1].

Численность населения все больше становится фактором, определяющим экономическое развитие города. Например, творчески-когнитивные отрасли, основанные на мыслительном труде, масштабируются в крупных городах, мегаполисах; малые города берут на себя роль центров «ручного» и диффузного (симбиоз производственного и сельскохозяйственного) труда. Можно утверждать, что демография лежит в основе экономического развития города.

В группу средних промышленно развитых городов, к которой относятся города с населением от 250 тыс. до 500 тыс. чел., высокой долей промышленности – более 70 %, входят: Магнитогорск, Нижний Тагил, Волжский, Череповец, Сургут, Дзержинск, Орск, Норильск, Старый Оскол, Нижнекамск, Новороссийск, Братск, Нижневартовск, Комсомольск-на-Амуре, Таганрог, Стерлитамак.

Анализ сводного индекса развития средних промышленно развитых городов показывает, что они отстают от мегаполисов в развитии социальной и ЖКХ инфраструктуры на 20 – 50%, но обладают трудовым потенциалом с высоким IQ. В них достаточно хорошо развита система технического образования разных уровней (имеются технические университеты).

Промышленность в средних городах под воздействием цифровых технологий достаточно быстро эволюционирует: перестраиваются бизнес-процессы, усиливается автоматизация и роботизация, меняется логистика (табл. 1).

Город Волжский Волгоградской области входит в группу средних промышленно развитых городов. Население – 324,4 тыс. чел., из них трудоспособное – 189 тыс. чел. (58 %). По состоянию на 01.01.2020 года в городе функционируют 664 промышленных организации, из которых 44 относятся к металлургической, машиностроительной, химической и энерге-

тической отраслям, 10 235 субъектов малого и среднего предпринимательства. Ведущими предприятиями являются: АО «Волжский трубный завод», АО «Волжский Оргсинтез», ОАО «Волжский абразивный завод», ООО «Объединенная компания «Акрас Диа», АО «Волтайр-Пром», ОАО «ЕПК Волжский», АО «ТЕКСКОР», филиал ПАО «РусГидро» – «Волжская ГЭС», филиал АО «АБ ИнБев Эфес».

Таблица 1 – Показатели развития средних промышленно развитых городов, по годам

Наименование	2000год		2010год		2018год	
	индекс	место	индекс	место	баллы	место в группе
					«IQ городов»	
Магнитогорск	0,456	6	0,488	6	189	6
Нижний Тагил	0,406	8	0,418	8	167	12
<i>Волжский</i>	<i>0,312</i>	<i>13</i>	<i>0,328</i>	<i>11</i>	<i>169</i>	<i>10</i>
Череповец	0,473	5	0,498	5	193	4
Сургут	0,493	4	0,549	2	169*	
Стерлитамак	0,375	9	0,390	9	188	7
Комсомольск-на-Амуре	0,315	11	0,318	12	168	11
Таганрог	0,313	12	0,313	13	201	2
Нижневартовск	0,543	1	0,557	1	172*	
Братск	0,365	10	0,371	10	161	13
Новороссийск	0,289	16	0,297	15	202	1
Нижнекамск	0,525	2	0,512	4	179	9
Старый Оскол	0,426	7	0,4208	7	181	8
Норильск	0,501	3	0,519	3	203*	
Дзержинск	0,302	14	0,300	14	190	5
Орск	0,292	15	0,291	16	198	3

Примечание: *города, находящиеся в дискомфортном климате

Экономика города изначально формировалась в виде мощного промышленного кластера на основе электроэнергии Волжской ГЭС. В 2019 году объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя составил 55 500,1 руб., увеличился по сравнению с 2018 годом на 56,87 %.

В целях улучшения конкурентной среды и создания условий с понятными правилами игры для представителей бизнеса, в соответствии с распоряжением Правительства РФ от 17 апреля 2019 г. № 768-р в городском округе – город Волжский внедряется Стандарт развития конкуренции. Определен (постановление администрации городского округа - г. Волжский Волгоградской обл. от 22.11.2018 № 6307) уполномоченный орган по содействию развитию конкуренции, в состав которого вошли: «Волжская ТПП», исполнительный комитет Волжского отделения партии «Единая Россия», Волжский гуманитарный институт (филиал) ВолГУ, филиал НИУ «МЭИ», ООО «Стеклопласт», ВМО ВРО «Опора России», Волжский поли-

технический институт (филиал) ВолгГТУ, ООО «Инженеры информации» и администрация города Волжского.

В целях оценки состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг, определения перечня приоритетных и социально значимых рынков, нуждающихся в развитии конкуренции, и выработки мероприятий по развитию конкуренции регулярно проводится *мониторинг* [2].

Приказом комитета экономической политики и развития Волгоградской обл. от 18.08.2020 № 24н «Об утверждении Порядка проведения ежегодного мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках Волгоградской области» регламентирован механизм взаимодействия уполномоченного органа и органов исполнительной власти, органов местного самоуправления Волгоградской области при проведении мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках Волгоградской области.

Комитет экономической политики и развития Волгоградской области - уполномоченный орган по организации проведения мониторинга.

Установлено, что мониторинг проводится ежегодно, результаты мониторинга включаются в ежегодный доклад о состоянии и развитии конкуренции на товарных рынках Волгоградской области и направляются в заинтересованные федеральные органы исполнительной власти и организации.

Мониторинг состоит из этапов: сбора информации (проведение опросов населения и субъектов предпринимательской деятельности, сбор статистических данных, направление запросов и др.); обработки и систематизации полученной информации; анализа данных; составления аналитического отчета, содержащего структурированные выводы и наглядное представление результатов мониторинга в виде диаграмм, графиков, таблиц.

В числе прочего мониторинг состоит из: мониторинга наличия (отсутствия) административных барьеров и оценки состояния конкуренции субъектами предпринимательской деятельности, мониторинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ и услуг на товарных рынках Волгоградской области и состоянием ценовой конкуренции, мониторинга деятельности субъектов естественных монополий на территории Волгоградской области.

По результатам мониторинга уполномоченный орган подготавливает ежегодный доклад о состоянии и развитии конкуренции на товарных рынках Волгоградской области, содержащий в частности: характеристику состояния конкуренции на товарных рынках, включенных в перечень товарных рынков, а также анализ факторов, ограничивающих конкуренцию; доли достигнутых показателей в общем количестве показателей; данные мониторинга наличия административных барьеров и оценки состояния конкуренции субъектами предпринимательской деятельности, а также мони-

торинга удовлетворенности потребителей качеством товаров, работ, услуг на товарных рынках Волгоградской области.

Результаты мониторинга используются: при актуализации товарных рынков Волгоградской области; при разработке, реализации и актуализации плана мероприятий («дорожной карты») по содействию развитию конкуренции в Волгоградской области; при подготовке ежегодного доклада о состоянии и развитии конкуренции на товарных рынках Волгоградской области.

На основании полученных данных уполномоченный орган формирует проект перечня социально значимых и приоритетных рынков с аргументированным обоснованием выбора каждого и проект плана мероприятий по содействию развитию конкуренции и по развитию конкурентной среды на территории городского округа.

Перечень социально значимых и приоритетных рынков на территории городского округа – город Волжский Волгоградской области и план мероприятий утверждены постановления главы городского округа - г. Волжский Волгоградской обл. от 06.09.2019 № 106-ГО [3-6].

Удовлетворенность населения жизнью (деятельностью органов местного самоуправления) в 2019 году составила 88,1 %. В 2018 году независимая оценка качества условий оказания услуг муниципальными организациями в сфере образования составила – 81,97; по учреждениям культуры – 90,68 (табл.2).

Знание адекватной картины факторного состояния отдельных секторов городской экономики, операций, последовательно связывающих элементы этого процесса в единое целое, можно предсказать «локомотивы» развития.

В условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19, появилась необходимость поиска новых «якорей», за которые могли бы зацепиться власти, совершенствуя процессы управления городами [14, 15]. Время показало, что города, спроектированные и построенные в XX веке, оказались не приспособленными к жизни в условиях пандемии, пришло время переосмысления. Одни из моделей развития городов – умные и зеленые. Термин «умный город» (smart city) появился не так давно, в начале 2000-х годов, и характеризовал применение IT-технологий в управлении городской инфраструктурой, построении виртуальных пространств.

Международный опыт показывает, что основным заказчиком создания Smart City могут выступать органы власти, которые формируют стратегии по разным направлениям городской жизни (пример, Китай). Государство выступает заказчиком в создании инфраструктуры и стимулов для предпринимателей по продвижению инноваций в городскую жизнь. В России в наибольшей мере отвечает запросам модели Smart City – Москва. Здесь много пилотных проектов в отдельных сегментах городской экономики и достаточно много пользователей цифровых услуг. В рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» в со-

ответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» разработан Проект «Умный город», который, по мнению разработчиков (Минстроя), должен обеспечить привлекательность российских городов, улучшить управление его инфраструктурой [8]. В основу Проекта заложен ряд базовых принципов: ориентация на потребности горожанина, повышение качества управления городскими ресурсами, создание безопасной среды обитания. Основной инструмент реализации – финансирование проекта «Умные города субъекта Российской Федерации» из средств федерального и регионального бюджетов, ресурсов институтов развития и государственно-частного и муниципально-частного партнерства.

Таблица 2 – Показатели эффективности деятельности администрации городского округа - город Волжский Волгоградской области, прогноз

Наименование	Год			
	2019	2020	2021	2022
Число субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тыс. человек населения, ед	315,99	315,89	316,67	317,63
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций, %	29,67	29,67	29,97	29,99
Объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя, Рублей	55 500,10	41798,40	42486,59	43226,40
Доля площади земельных участков, являющихся объектами налогообложения земельным налогом, в общей площади территории городского округа (муниципального района), %	35,2	34,0	34,0	34,0
Доля протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, не отвечающих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, %	48,99	47,0	44,8	42,8
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников крупных и средних предприятий и некоммерческих организаций городского округа (муниципального района), рублей	36751,0	38913,3	41604,7	44475,5

Важным при разработке моделей умных городов является применение экономического инструментария в виде программ для ЭВМ. Волжском

политехническом институте (филиал) ВолгГТУ разработаны программы для функционирования системы «Зеленый город» № 2017619846; Система искусственного интеллекта для прогнозирования бюджета «Зеленый город» № 2017619844 (рис 3)



Рисунок 1 – Свидетельство государственной регистрации программ для ЭВМ в развитии умных и зеленых городов [12]

С 2019 по 2024 годы российские города с населением свыше 100 тысяч человек реализуют проекты по цифровизации. Городам предстоит выполнить комплекс мероприятий по внедрению передовых цифровых и инженерных решений, в том числе предусмотренных стандартом «Умный город». Решением Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ Волжский в числе шести городов включен в перечень пилотных территорий по реализации мероприятий цифровизации городского хозяйства «Умный город» [9-11].

При финансовой поддержке федерального и областного бюджетов и за счет привлечения внебюджетных средств планируется создание муниципальной системы видеонаблюдения, системы фото-видеофиксации нарушений правил дорожного движения, внедрение автоматизированных систем управления дорожным движением, модернизация уличного освещения, внедрение систем интеллектуального учета коммунальных ресурсов, проведение мероприятий по энергосбережению [16].

Создание цифровой платформы развития механизмов социального взаимодействия, позволит наладит контакт между властями города и жителями. Функционал цифровой платформы позволит без личных посещений взаимодействовать с региональными и местными органами власти, решать проблемные вопросы.

Список литературы

1. Паспорт приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и приоритетным проектам, протокол от 18.04.2017 № 5) [Электронный ресурс]. — Режим доступа:

<http://static.government.ru/media/files/JEnYAAfDkMAyyIAjsAxDzkhXGPuaEJSu.pdf>.

2. Приказ Минэкономразвития России от 11.03.2020 № 130 «Об утверждении единой методики мониторинга состояния и развития конкуренции на товарных рынках субъекта Российской Федерации» // <http://www.consultant.ru>.

3. Приказ Минэкономразвития России от 17.10.2019 № 670 «Об утверждении Методики оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации по внедрению стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации» // <http://www.consultant.ru>.

4. Приказ ФАС России от 29.08.2018 № 1232/18 «Об утверждении Методик по расчету ключевых показателей развития конкуренции в отраслях экономики в субъектах Российской Федерации» // <http://www.consultant.ru>

5. Постановление администрации городского округа - г. Волжский Волгоградской обл. от 22.11.2018 № 6307 «Об определении уполномоченного органа» // «Волжский муниципальный вестник», № 58, 27.11.2018

6. Старовойтов М.К., Медведева Л.Н., Гончарова Е.В. Промышленный аспект инновационного развития средних городов // Федерализм. 2013. № 3 (71). С. 67-76.

7. Декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию. 14 июня 1992 года. // URL: <http://docs.cntd.ru/document/8308082> (Дата обращения 25.05.2020 г.).

8. Вакарёв А.А., Гришин И.А., Виноградов В.В., Медведева Л.Н., Ивлева Н.В. Современные риски и новая индустриализация России // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2020. № 1. С. 67-72.

9. Каблов Е.Н. Шестой технологический уклад. // URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/17800/> (Дата обращения 15.05.2020 г.)

10. Сизов, Ю. И. Развитие среднего города на основе концепта: от «умного дома к умному городу» // Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. Т. 218. № 4. С. 573-580.

11. Кицай Ю.А. Внедрение отношений конкуренции в социальной сфере: проблемы выбора механизма правового регулирования // Предпринимательское право. 2020. № 1. С. 39 – 45.

12. Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RUS 2017663126. Нейронная сеть для определения эколого-экономической эффективности функционирования системы «зелёный город» / В.А. Кабанов, Л.Н. Медведева, М.К. Старовойтов, Н.И. Ломакин, А.В. Медведев, А.Ю. Жабунин, Д.Н. Лясин, Е.А. Соловьева, Г.В. Федотова. Заявитель и правообладатель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский

государственный технический университет» (ВолгГТУ)».– № 2017619846; заявл. 03.10.2017; опубл. 24.11.2017. – 1с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39373865>.

13. Зеленая экономика как основа формирования региональных инновационных кластеров в России: монография / Под. общ. ред. Л. С. Шаховской. М.: Русайнс. 2017. 232 с.

14. Николаев В. П. Умные города – будущее сегодня // Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.jetinfo.ru/stati/umnye-goroda-buduschee-segodnya>.

15. Мокрушина К. Умные города: развитие концепции и практики, положение России на эволюционном пути // Центр городских исследований IEMS «Сколково» [Электронный ресурс]. — Новосибирск, 26 апреля 2017. — Режим доступа: https://urbc.skolkovo.ru/downloads/documents/SUrbC/Events_Reports/SKOLKOVO_UrbC_Novosibirsk_2017-04.pdf

16. Сметанина Е.Е. Социально значимые виды предпринимательской деятельности и социальное предпринимательство: соотношение понятий // Российская юстиция. 2020. № 3. С. 15 – 18

Метелёва Наталья Валерьевна, начальник отдела
финансовых рынков и рекламы
(Кировское УФАС России, г. Киров)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА ТОРГАХ

В соответствии со статьей 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») [1] не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении: качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей; количества товара, предлагаемого к продаже, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар; места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя; условий, на которых товар предлагается к продаже, в частности цены такого товара.

В качестве одного из направлений данного вида нарушения, связанного с введением потребителей в заблуждение, является недобросовестная конкуренция на торгах. Поскольку с каждым годом значимость и приоритет механизма закупочной деятельности возрастает, анализ правопримени-

тельной практики в данной сфере является объективной необходимостью для оценки влияния действий участников торгов на конкурентную среду и пресечения таких действий.

При квалификации совершенного деяния участника торгов в качестве недобросовестной конкуренции и подтверждения его состава необходимо установить, что его действия противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности; совершенные действия причинили или могли причинить убытки либо нанести ущерб деловой репутации другого хозяйствующего субъекта (конкурента). При этом, очевидно, что такой признак недобросовестной конкуренции, как наличие конкурентных отношений, в данном случае доказыванию не подлежит в связи со спецификой правоотношений, возникающих в конкурентных процедурах.

Анализируя складывающуюся судебную практику в сфере недобросовестной конкуренции на торгах можно выделить несколько факторов, наличие которых позволяет объективно констатировать факт недобросовестной конкуренции в действиях участника торгов.

Доказательства, подтверждающие факт несоответствия характеристик фактически поставленного товара (оказанных услуг) характеристикам, предусмотренным технической документацией аукциона (конкурса).

Как показывает практика, в качестве доказательств несоответствия указанных в заявке сведений требованиям документации закупки могут быть приняты акты соответствующих компетентных государственных органов, заключение экспертизы, информация от производителя товара и т.д.

В качестве примера можно привести судебное дело, в ходе которого рассматривалась законность и обоснованность решения Хабаровского УФАС России о наличии в действиях ИП Б. факта нарушения пункта 1 статьи 14.2 Федерального закона «О защите конкуренции», выразившихся во введении конкурсной комиссии в заблуждение путем предоставления в составе заявки недостоверных сведений относительно соответствия предполагаемых к перевозкам транспортных средств характеристик предмету открытого конкурса, а также недостоверных сведений о сроках приобретения транспортных средств.

При принятии указанного решения антимонопольным органом было установлено, что в заявке на участие в конкурсе, организованном Администрацией города Хабаровска, индивидуальный предприниматель Б. предложил для осуществления перевозок 15 автобусов большого класса с максимальным сроком эксплуатации 7 лет, имеющих определенные характеристики. Также предприниматель дал обязательство по приобретению 5 транспортных средств с заявленными характеристиками в установленные конкурсной документацией сроки, а 10 автобусов с соответствующими характеристиками имеются в наличии (на праве собственности, аренды). Од-

нако фактически ИП Б. использовал транспортные средства, имеющие иные характеристики, чем те, которые предусмотрены заявкой и картами маршрута регулярных перевозок. При этом предприниматель и в более поздние сроки не смог выставить на маршрут транспортные средства, характеристики которых соответствуют заявке и картам маршрута, не исполнил обязательства по приобретению 5 транспортных средств с заданными характеристиками и не представил доказательств невозможности их приобретения по обстоятельствам, не зависящим от него. Данные обстоятельства были установлены антимонопольным органом в ходе рассмотрения дела на основании представленной Дальневосточным Межрегиональным Управлением государственного автодорожного надзора информации: акты результатов планового (рейдового) осмотра, обследования пассажирского транспортного средства, материалы проведенных административных расследований.

Удовлетворяя заявленные ИП Б. требования об отмене решения и предписания антимонопольного органа, суд первой инстанции указал на, помимо допущенные процессуальные нарушения, наличие судебного акта по делу №А73-9888/2016, которым отказано в признании недействительными результатов открытого конкурса, организованного Администрацией города Хабаровска, на право осуществления перевозок, в том числе ИП Б., который, по мнению суда, обязателен для настоящего дела в силу статьи 16 АПК РФ. Выводы суда поддержаны судом апелляционной инстанции.

Суд кассационной инстанции, отменяя решение и постановление судов нижестоящих инстанций и удовлетворяя кассационную жалобу Хабаровского УФАС России, руководствовался следующим. Поскольку доказательства соответствия используемых ИП Б. транспортных средств для перевозок пассажиров характеристикам, заявленным в ходе проведения конкурса на право осуществления пассажирских перевозок, а также приобретения соответствующих транспортных средств, не представлены, вышеуказанные обстоятельства считаются признанными в силу части 3.1 статьи 70 АПК РФ. Следовательно, подав заявку на конкурс, не имея транспортных средств, отвечающих требованиям, установленным в конкурсной документации, ИП Б. фактически ввел в заблуждение конкурсную комиссию, что может расцениваться как недобросовестная конкуренция в значении, указанном в пункте 9 статьи 4 Федерального закон «О защите конкуренции». Таким образом, антимонопольный орган пришел к правильному выводу о том, что, представив в составе заявок недостоверные сведения, ИП Б. ввел в заблуждение конкурсную комиссию, чем нарушил права иных участников конкурса, которые вместо него могли выиграть конкурс, чем совершил действия, являющиеся недобросовестной конкуренцией и подпадающие под запрет, установленный частью 1 статьи 14.2 Федерального закона «О защите конкуренции». Ссылаясь на дело №А73-9888/2016, суд кассационной инстанции отметил, что само по себе соблюдение конкурсной комиссией процедуры проведения конкурса не исключает возмож-

ность наличия нарушений Федерального закона «О защите конкуренции» участниками конкурса, что и было установлено антимонопольным органом [2].

Доказательства наличия умысла при предоставлении участником торгов недостоверных сведений о предмете закупки.

По смыслу пункта 9 статьи 4, статьи 14.2 Федерального закона «О защите конкуренции» [1] следует, что распространение недостоверных сведений должно носить заведомо умышленный характер, то есть на момент распространения таких сведений лицо, их распространяющее, должно осознавать, что распространяемая информация не соответствует действительности и желать их распространения в целях получения каких-либо преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности. Целью деятельности любого субъекта предпринимательства является извлечение прибыли. Следовательно, основным мотивом, обуславливающим получение преимуществ, в том числе при участии в торгах, является экономический интерес, который может быть реализован за счет умышленного искажения сведений о товарах (услугах), и соответственно, снижения издержек при исполнении контракта. Наличие доказательств умысла является определяющим при решении вопроса о наличии в действиях участника торгов признаков недобросовестной конкуренции.

Примеры судебных решений, формирующих положительную практику в части принятия позиции антимонопольного органа о наличии умысла участника торгов при включении в заявку недостоверных сведений, приведены выше [2], [3]. В данном случае, суды делают вывод о том, что подав заявку и не имея при этом товаров, отвечающих требованиям, установленным в закупочной документации, хозяйствующий субъект – участник торгов фактически ввел в заблуждение заказчика, что может расцениваться как недобросовестная конкуренция в значении, указанном в пункте 9 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции».

В ряде случаев суды указывают на отсутствие доказательств наличия умысла в действиях конкурента и, соответственно, такого признака недобросовестной конкуренции как получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, со ссылкой на исполнение лицом всех обязательств по контракту и подписанием актов приемки заказчиком.

Например, в Арбитражный суд Ханты-Мансийского автономного округа – Югры был обжалован отказ Ханты – Мансийского УФАС России в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства по факту подачи ООО «АК «Амега» несоответствующей требованиям аукционной документации заявки (предоставлен сертификат эксплуатанта, в котором указано три воздушных судна вместо четырех) при участии в электронном аукционе на право заключения государственного контракта на выполнение авиационных работ для нужд Сургутского, Нижневартовского филиалов учреждения.

Признавая правомерным отказ антимонопольного органа в возбуждении дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «АК «Амега», суды первой и апелляционной инстанций исходили из того, что предоставление данным участником аукциона заявки, не соответствующей требованиям аукционной документации, не свидетельствовало об отсутствии у него намерения принять участие в торгах, стать победителем и заключить контракт. В рассматриваемом случае общество полагало достаточным подтверждением своего соответствия требованиям аукционной документации в части наличия четырех воздушных судов приложение к заявке сертификата эксплуатанта и справки о проведении процедуры внесения сведений в сертификат эксплуатанта, что также следует из факта его обращения в управление с жалобой на действия комиссии департамента. При участии в аукционе ООО «АК «Амега» не заявляло демпинговых цен, что привело бы к необоснованному занижению цены контракта (снижение начальной (максимальной) цены контракта составило не более трех процентов). Кроме того, снижение начальной цены контракта не являлось прямым следствием участия общества в аукционе (в торгах принимало участие несколько хозяйствующих субъектов, также снижавших цену).

Суд кассационной инстанции, оставляя без изменений решение и постановление судов первой и апелляционной инстанций, указал, что из анализа поведения Общества на указанных торгах не следует его участие в них с целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности и причинения убытков другим хозяйствующим субъектам – конкурентам [4].

Таким образом, исследование всех обстоятельств участия хозяйствующих субъектов в конкурентных процедурах с учетом установления всех вышеизложенных факторов, позволяет принимать антимонопольным органам обоснованные решения о наличии либо отсутствии факта недобросовестной конкуренции в действиях участника торгов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс]: (ред. от 27.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2019) // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. Постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 23.07.2020 № Ф03-789/2020 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
3. Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 15.03.2019 № Ф10-682/2019 по делу №А23-3912/2018 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
4. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 16.04.2019 № Ф04-635/2019 по делу № А75-8976/2018 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.

Микишева Ольга Николаевна, магистрант гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Шевелёва Оксана Борисовна, к.э.н.,
доцент кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

РОСТ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В условиях рыночных отношений основой для стабильного функционирования хозяйствующих субъектов является их финансовая устойчивость. Именно она дает возможность судить о состоянии финансовых ресурсов организации, при котором осуществимы различные маневры с денежными средствами, позволяющие осуществлять их эффективное использование, расширение и своевременное обновление.

Финансовая устойчивость организации зависит от стабильности экономики среды, в которой она функционирует, а также от результатов ее деятельности, эффективности реакции на изменение внутренних и внешних факторов.

На сегодняшний день в научных трудах существует большое количество трактовок термина «финансовая устойчивость», в связи с чем отсутствует однозначность его понимания. Так, одни авторы приравнивают финансовую устойчивость к рыночной, несмотря на то, что рыночная устойчивость представляет собой более широкое понятие, включающее как финансовую, так и устойчивость политики цен, уровень конкуренции продукции, устойчивость межхозяйственных связей и т. п. Другие авторы финансовую устойчивость рассматривают как платежеспособность, рентабельность, финансовую независимость хозяйствующего субъекта.

Так, Азрилиян А.Н. понимает под финансовой устойчивостью стабильность финансового положения предприятия, выражающуюся в сбалансированности финансов, достаточной ликвидности и наличии необходимых резервов [1]. Кован С.Е. рассматривает финансовую устойчивость через стабильное обеспечение платежеспособности хозяйствующего субъекта за счет достаточной доли собственного капитала в структуре источников финансирования [3]. Скамай Л.Г. представляет финансовую устойчивость как стабильное превышение доходов над расходами [6]. Савицкая Г.В. трактует финансовую устойчивость как способность функционировать, развиваться и удерживать равновесие между активами и пассивами [5]. Шеремет А. Д., Сайфуллина Р. С. и Негашев Е. В. под финансовой устойчивостью понимают степень обеспеченности запасов и затрат источниками, необходимыми для их формирования [7].

Таким образом, можно обозначить проблему неоднозначности понимания финансовой устойчивости и критериев, необходимых для ее оценки [2].

На сегодняшний день, экономическая наука не может представить объективное трактование финансовой устойчивости и единую методику ее оценки. Основной причиной субъективности методик является то, что ни одна из них не учитывает отраслевую принадлежность организаций [8].

Главным информационным источником для анализа финансовой устойчивости выступает бухгалтерский баланс, где отражаются отдельные статьи активов и пассивов. При этом, невозможно выявить в какие активы инвестирован собственный капитал, а в какие – заемный.

Несмотря на субъективность, в настоящее время предопределяющим в анализе финансовой устойчивости является коэффициентный метод, где [9]:

А – активы;

ВнА – внеоборотные активы;

СК – собственный капитал;

ЗК – заемный капитал;

СОС – собственные оборотные средства;

ОА – оборотные активы;

ДО – долгосрочные обязательства;

КО – краткосрочные обязательства;

ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

Таблица 1 – Коэффициенты финансовой устойчивости

Коэффициент	Что показывает	Формула для расчета
- напряженности (финансовой зависимости)	Долю заемных средств в структуре пассивов	$K_n = ЗК/А$
- соотношения заемного и собственного капитала (леверидж)	Сколько заемных средств привлекало предприятие на 1 руб. собственных	$LV=ЗК/СК$
- маневренности собственного капитала	Сумму собственного капитала, вложенного в оборотные активы	$K_m = СОС/СК$
- постоянного актива	Сумму собственного капитала, вложенного во внеоборотные активы	$K_{п.а.} = ВнА/СК$
- мобильности совокупных активов	Структуру активов организации	$K_{п.а.} = ВнА/СК$
- мобильности оборотных активов	Долю готовых к платежу средств, направляемых на погашение обязательств	$K_{моб.ОА} = (ДС + КФВ)/ОА$
- обеспеченности оборотных активов собственными средствами	Долю оборотных активов, сформированных за счет собственных средств	$K_{обесп.ОАСС} = СОС/ОА$

В коэффициентном методе приводится характеристика динамики, состава и структуры активов предприятия с позиции их обеспеченности источниками покрытия. Оценить финансовую устойчивость предприятия можно, воспользовавшись показателями, позволяющими учитывать разнонаправленные факторы и избавляющими от анализа повторных параметрических признаков. Такими показателями являются: коэффициенты независимости, маневрирования собственным капиталом, долгосрочного привлечения заёмных средств, финансового риска и обеспечения материальных запасов собственными оборотными средствами. Однако, данный метод помимо того, что не учитывает отраслевую принадлежность организации, обладает таким недостатком, как укрупненность. Так, для анализа берутся данные на начало и конец отчетного года, следовательно, такой анализ не дает представления о работе предприятия в течение года. В результате такой оценки компании может быть вынесен вердикт о финансовой неустойчивости, в то время как на самом деле ее деятельность прибыльна.

Еще одной проблемой финансовой устойчивости является преобладание заемных средств организации над собственными. Считается, что если заёмные источники финансирования преобладают над собственными, то это нехороший признак для финансовой устойчивости. Однако, следует заметить, что привлечение заемного капитала позволяет компаниям расширять бизнес, выходить на новые рынки, внедрять новые технологии, что, в конечном счете, положительно сказывается на росте прибыли организации. В целях принятия решения о целесообразности привлечения заемного капитала используют показатель «эффект финансового рычага». Его суть состоит в следующем: средства выгодно привлекать в случае, когда цена на заемные средства ниже рентабельности размещенного капитала [4].

В настоящее время многие организации имеют просроченную кредиторскую задолженность перед поставщиками и подрядчиками, бюджетом, внебюджетными фондами, прочими кредиторами. В результате превышения кредиторской задолженности над дебиторской организация вынуждена сокращать объемы производства, что, в итоге, приводит к сокращению собственных источников финансирования. Значительно снижается платежеспособность и финансовая устойчивость компании, нарушаются внешние связи, страдает деловая репутация.

Одной из ключевых причин утраты финансовой устойчивости выступает недостаток денежных средств, необходимых для обеспечения текущей деятельности организации. Отсутствие свободных денег на банковских счетах позволяет считать компанию банкротом.

Проблемами утраты финансовой устойчивости компании могут выступать внешние факторы: стадия экономического цикла, кредитная и налоговая политика, уровень инфляции и пр.

Резюмируя вышесказанное, стоит отметить, что на

сегодняшний день отсутствует единое мнение по механизмам восстановления и укрепления финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов. Проблемы при этом, в основном, касаются противоречий между целями и наличием средств их достижения. Показатели, которые дает возможность определить финансовая отчетность, составляют «материальную» основу для принятия управленческих решений.

В этой связи основными рекомендациями по восстановлению и укреплению финансовой устойчивости могут стать:

1. Установление оптимального соотношения собственного и заемного капитала, которое может быть достигнуто путем:

- тщательного детального анализа каждого вида обязательств (изучение сроков погашения, проверка сумм, выявление просроченной задолженности);

- распределение долгов по срочности их гашения;
- определение способов погашения срочных долгов;
- изменение работы с поставщиками;
- корректировка мотивации персонала.

Помимо вышеупомянутых мер по сокращению заемных средств, могут быть реализованы меры по наращиванию собственного капитала:

- активизация основной деятельности, к примеру, изменение видов деятельности или дополнение существующих видов, усиление контроля качества продукции, ужесточение трудовой дисциплины, пересмотр договорной базы, увеличение отсрочки платежа и корректировка условий предоставления скидок;

- увеличение объема продаж;
- реализация непрофильных активов (имущества);
- минимизация общехозяйственных расходов путем их нормирования, отказ от расходов, не влияющих на производство продукции;

- установление приемлемого уровня собственных оборотных средств (не меньше 0,1 ед.) для бесперебойной текущей деятельности, для чего нужно контролировать сумму собственного капитала, избегать его отклонений от нормы.

В зависимости от отрасли хозяйствования допустимый уровень этого показателя может отличаться. Так, в фондоемких производствах имущество компании может быть представлено внеоборотными активами на 60–90 %. Что касается торговых компаний, то для поддержания их основной деятельности может быть достаточно 10–50 % внеоборотных средств. Если показатель финансовой устойчивости значительно ниже нормы, нужно оптимизировать структуру имущества.

2. Сокращение просроченной кредиторской задолженности. Если у компании есть просроченная кредиторская задолженность, прежде всего, нужно изыскать возможность погасить ее. Например, заключить дополнительное соглашение к договору с контрагентами об увеличении

рассрочки платежа, когда это действительно может быть оправдано. Это может увеличить сумму обязательств, однако снизит риск подачи кредиторами заявления в суд.

3. Сокращение дебиторской задолженности. Оценивая дебиторскую задолженность, необходимо учитывать задолженность, реальную к взысканию (период выплат которой не истек и есть все необходимые подтверждающие документы). Если же обнаружится непросроченная дебиторская задолженность, но трудновзыскиваемая, можно подумать о ее реализации с дисконтом, что может быть выгоднее, чем длительный судебный процесс и понесенные издержки. В случае, если дебиторская задолженность имеет тенденцию роста, стоит пересмотреть регламент управления ею или разработать новый [10].

Список литературы

1. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь [Электронный ресурс]. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.
2. Данилова Н. Л. Сущность и проблемы анализа финансовой устойчивости коммерческого предприятия [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2014. – № 2 (февраль). С. 16 – 20.
3. Кован С. Е., Кочетков Е. П. Финансовая устойчивость предприятия и её оценка для предупреждения его банкротства [Электронный ресурс] // Экономический анализ: теория и практика. 2016. – № 15. С. 36-45.
4. Пуртова А. Ф. Исследование подходов к определению финансовой устойчивости [Электронный ресурс] // Рубрика: Экономика и управление. Опубликовано в Молодой учёный. 2014. – № 15 (сентябрь). - С. 20.
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Г. В. Савицкая. 2-е изд., испр. и доп. Минск: РИГТО, 2012. - 367 с.
6. Скамай Л. Г. Экономический анализ деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина. – М.: ИНФРА-М, 2014. - 262 с.
7. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 415 с.
8. Федорова Е. А., Тимофеев Я. В. Нормативы финансовой устойчивости российских предприятий: отраслевые особенности // М.: Корпоративные финансы. 2015. – № 33. - С. 24.
9. Высшая Школа Главбуха [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fin.action360.ru/> (дата обращения: 28.08.2020)
10. Журнал «Финансовый директор», № 5. Май 2019 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fin.action360.ru/> (дата обращения: 01.08.2020).

Микишева Ольга Николаевна, магистрант гр. ФКмз-191
Пилипенко Кристина Анатольевна, магистрант гр. ФКмз-191
Полошков Владимир Андреевич, магистрант гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Шевелёва Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА С ПОЗИЦИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

В настоящее время качество жизни населения является важнейшим критерием оценки благополучия общества. Качество жизни – это и здоровье населения, и экономическая безопасность, и возможность личностного и профессионального развития, и чувство личного вклада и внутренней гармонии.

Высокое качество жизни населения в условиях рынка напрямую зависит от фазы экономического цикла, который позволяет судить о том, насколько достойны условия для жизнедеятельности в обществе, возможно ли всестороннее развитие личности и общества в целом.

Экономическая нестабильность, высокий уровень дифференциации доходов между богатыми и бедными, бедность населения, и, как следствие, усиливающаяся социальная напряженность, проблемы с экологией приводят к снижению уровня и качества жизни населения.

Обостряет проблему качества жизни в регионах передача социальных обязательств с государственного уровня на уровень регионов. Обеспечение достойного качества жизни населения требует от субъектов РФ эффективности в использовании экономического, природно-ресурсного, социального и кадрового потенциалов территории, поскольку от них зависит устойчивое развитие региона [1].

Началом в изучении данной проблематики является позиционирование данной проблемы с философской точки зрения. Изучение проблемы качества жизни, а значит, и качества существования, исходит из философского течения экзистенциализма, основоположником которого является С. Кьеркегор. Данное течение приобрело существенную актуальность в середине 20-го века, когда человечество переживало эпоху контрастов: войны, революции, научно-технические открытия и кризисы [2].

Основные проблемы, которые выделяются в философии экзистенциализма как Сартром и Ясперсом, так и Камю, заключаются в следующем:

1. Проблема уникальности человеческой личности;
2. Проблема отчуждения человеческого «Я» против общества;
3. Проблема бессмысленности жизни [3].

По сути, человеческая личность подчинена влиянию общества, ведь человек - это существо биосоциальное, а значит индивид способен раскрыться в полной мере только при взаимодействии с обществом, которое при различных сценариях может сформировать как мотивационный, так и деструктивный эффект [3].

Исходя из вышесказанного, можно выделить взаимосвязь между социальной обстановкой, обусловленной экономическим положением, и индивидом, ведь в зависимости от того, каков будет мир вокруг, такое и будет поведение личности.

Также следует уделить особое внимание российской ментальности, которая является приемником советской. Широкий пласт населения отказывается принимать ответственность за себя и оценивать возможность развития своего «Я», ведь при плановой экономике все было просчитано, можно было только исполнять свой долг.

Существует множество подходов к тому, как следует понимать категорию «качество жизни». Примером может служить методика Трофимовой Н. В., суть которой подразумевает проведение оценки качества жизни населения региона через агрегирование отдельных показателей в разные индексы (социальной напряженности, социально-экономического развития, рынка труда, условий жизни, материального благосостояния населения, социально-демографической ситуации, экологической обстановки), и определении на основе этих индексов интегрального показателя [4].

Таблица 1 – Распределение регионов Сибирского федерального округа по индексу качества жизни населения в 2015-2019 гг.

Номер группы	Уровень качества жизни населения в регионе	Интервал, в котором изменяется Индекс				
		2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
первая	Высокий	$I \geq 0,872$	$I \geq 0,881$	$I \geq 0,861$	$I \geq 0,851$	$I \geq 0,843$
вторая	Средний	$0,872 >$	$0,881 >$	$0,861 >$	$0,851 >$	$0,843 >$
		$I \geq 0,809$	$I \geq 0,822$	$I \geq 0,811$	$I \geq 0,781$	$I \geq 0,804$
третья	Ниже среднего	$0,809 >$	$0,822 >$	$0,811 >$	$0,781 >$	$0,804 >$
		$I \geq 0,746$	$I \geq 0,763$	$I \geq 0,761$	$I \geq 0,711$	$I \geq 0,765$
четвертая	Низкий	$0,746 >$	$0,763 >$	$0,761 >$	$0,711 >$	$0,765 >$
		$I \geq 0,683$	$I \geq 0,704$	$I \geq 0,711$	$I \geq 0,641$	$I \geq 0,726$
Интегральный показатель		0,063	0,059	0,05	0,07	0,039

Так, по результатам расчетов (таблицы 1 и 2), лидерами в обеспечении достойного качества жизни в 2019 году среди группы регионов СФО были признаны Новосибирская область, Красноярский край, Томская и Кемеровская области, что позволяет сделать вывод о:

- 1) достаточно высоком уровне развития экономик этих регионов;
- 2) высокой покупательной способности доходов населения;

3) благоприятной ситуации на рынке трудовых ресурсов.

Таблица 2 – Распределение регионов Сибирского федерального округа по интегральному показателю качества жизни населения в 2015-2019 гг.

Номер группы	Уровень качества жизни населения в регионе	Место	2015 г.		Доля, %	2019 г.		Доля, %
				Название региона			Название региона	
первая	высокий	1		Новосибирская область	25	1	Новосибирская область	14,4
		2		Омская область		2	Красноярский край	
		3		Красноярский край		3	Томская область	
						4	Кемеровская область	
вторая	средний	4		Томская область	41,6	5	Республика Хакасия	41,6
		5		Кемеровская область		6	Омская область	
		6		Алтайский край		7	Иркутская область	
третья	ниже среднего	9		Республика Хакасия	16,7	10	Алтайский край	16,7
						Иркутская область	11	
		11		Республика Бурятия				
четвертая	низкий	12		Республика Алтай	16,7	12	Республика Тыва	8,3
		13		Забайкальский край				
		14		Республика Тыва				

При этом следует отметить, что в данных регионах наблюдается высокий уровень дифференциации доходов населения, и сложная экологическая обстановка.

На втором месте (среднее) по обеспечению качества жизни в 2019 году расположились Омская область, Томская область и Республика Хакасия. Для этих регионов характерны следующие процессы: замедление темпов роста развития региональных экономик, снижение покупательной способности доходов населения, а также, как и у регионов-лидеров, высокий уровень дифференциации доходов граждан, и сложность экологической обстановки.

Оценку качества жизни ниже среднего получили Алтайский край и Республика Алтай. В них отмечен низкий уровень развития экономик, невысокая покупательная способность доходов населения, однако экологическая обстановка оценивается как благоприятная.

Аутсайдером по обеспечению качества жизни населения стала Республика Тыва, где отмечен низкий уровень развития экономики и покупательной способности доходов населения, а также высокий уровень бедности и безработицы.

Проведенное ранжирование регионов по группам позволяет сделать следующие выводы. Главной проблемой для регионов СФО с высоким качеством жизни является загрязнение окружающей среды промышленными выбросами и продуктами жизнедеятельности человека. Основным направлением для снижения количества вредных выбросов в окружающую среду может являться внедрение «зеленых стандартов».

Регионам со средним и ниже среднего уровнями качества жизни населения следует обратить внимание на улучшение инвестиционного климата, экологическую обстановку, а также на неравенство доходов, получаемых населением. Приоритетными направлениями должны стать: создание новых рабочих мест, борьба с загрязнением окружающей среды.

Регионам, входящим в состав четвертой группы (с низким качеством жизни населения) необходимо сосредоточить усилия на оживлении региональной экономики и сокращении бедности населения.

Список литературы

1. Ранжирование качества жизни в территориальных субъектах Сибирского Федерального округа // [Электронный ресурс]. – Режим доступа (дата обращения 11.01.2020).
2. Римашевская Н. М. Качественный потенциал населения России: взгляд в XXI век / Н.М. Римашевская // [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/14747236> (дата обращения 06.01.2020).
3. Томских М. С. Концепция качества жизни в трудах представителей постиндустриализма / М. С. Томских // [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://puma/article/n/kontseptsiya-kachestva-zhizni-v-trudah-predstaviteley-postindustrializma> (дата обращения 07.01.2020).
4. Трофимова Н. В. Интегральная оценка качества жизни населения / Н. В. Трофимова // Вестник РГТЭУ. – 2011. – № 5. – 0,43 п. л. (издание рекомендовано ВАК РФ).

Низов Никита Владиславович, студент
Научный руководитель – Косолапова Наталья Алексеевна, д.э.н, доцент
(Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону)

РОЛЬ КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СВЯЗЕЙ БИЗНЕСА

В условиях значительно изменившегося (особенно под воздействием пандемии коронавируса) геополитического и геоэкономического окружения государств мира, а также на фоне адаптации к этим изменениям и преодоления кризисных явлений в самих странах происходит усиление роли либо уже сложившихся и успешных, либо новых международных связей, обладающих высоким потенциалом конкурентоспособности.

Это объясняется, во-первых, необходимостью поиска путей эффективных интеграций со странами-партнерами, во-вторых, тем, что потрясения глобального масштаба оказывают негативное влияние на внутренние ресурсы бизнес-сообществ отдельных государств, что требует применения новых способов выявления резервов имеющегося у них ресурсного потенциала и вовлечения его в международные интеграционные объединения, не противоречащие антимонопольным критериям.

Несмотря на несомненное негативное влияние кризисных явлений и циклических изменений в мировой системе на экономики государств, последние в каждый конкретный момент времени обладают необходимым потенциалом не только адаптации к внешним вызовам и постепенного выхода из кризисной ситуации, но и создания предпосылок устойчивого экономического роста, прежде всего, за счет более высоких конкурентных позиций в мировой экономической системе.

Но при этом перед странами – участниками интеграции стоит задача эффективного управления наличными и привлекаемыми ресурсами для реализации национальных стратегий развития. Одним из таких ресурсов является культура в широком смысле этого слова. То есть культура поведения с партнерами, корпоративная культура, культура управления, культура коммуникаций и др.

На основе критического изучения существующего опыта в данной сфере в Австрии и Китае получены следующие результаты, имеющие практическое значение не только для предприятий – потенциальных участников межгосударственной интеграции этих государств, но и для других стран.

Чтобы сделать объективно существующие культурные различия между этими странами более видимыми, мы, во-первых, рассмотрели этот вопрос с точки зрения менеджмента разнообразий в австрийской компании Miller & Sons, в соответствии с которым кооперация с китайским бизнес-партнером является одним из направлений менеджмента; во-вторых, пред-

ставили процесс кооперации в виде культурного профиля взаимодействующих стран – Австрии и Китая.

Чтобы получить четкую картину культурных различий между Австрией и Китаем, мы провели основанный на шести-пространственной модели Герта Хофстеде анализ и получили необходимые для проведения дальнейшего исследования результаты.

На графике, представленном на рисунке 1, можно увидеть баллы двух анализируемых стран (Австрия -голубые шкалы, Китай – фиолетовые).

Как хорошо видно на рисунке 1, Австрия и Китай обладают совершенно разным потенциалом по всему спектру культурных критериев, что не позволяет делать однозначные выводы относительно потенциально существующих преимуществ (или наоборот, более низких позиций) какой-либо страны в интеграционном объединении.

Иными словами, для получения более обоснованных выводов о состоянии и возможности эффективного использования в процессе интеграционных взаимодействий коммуникативного потенциала у бизнеса анализируемых государств необходимо проведение дополнительных исследований.

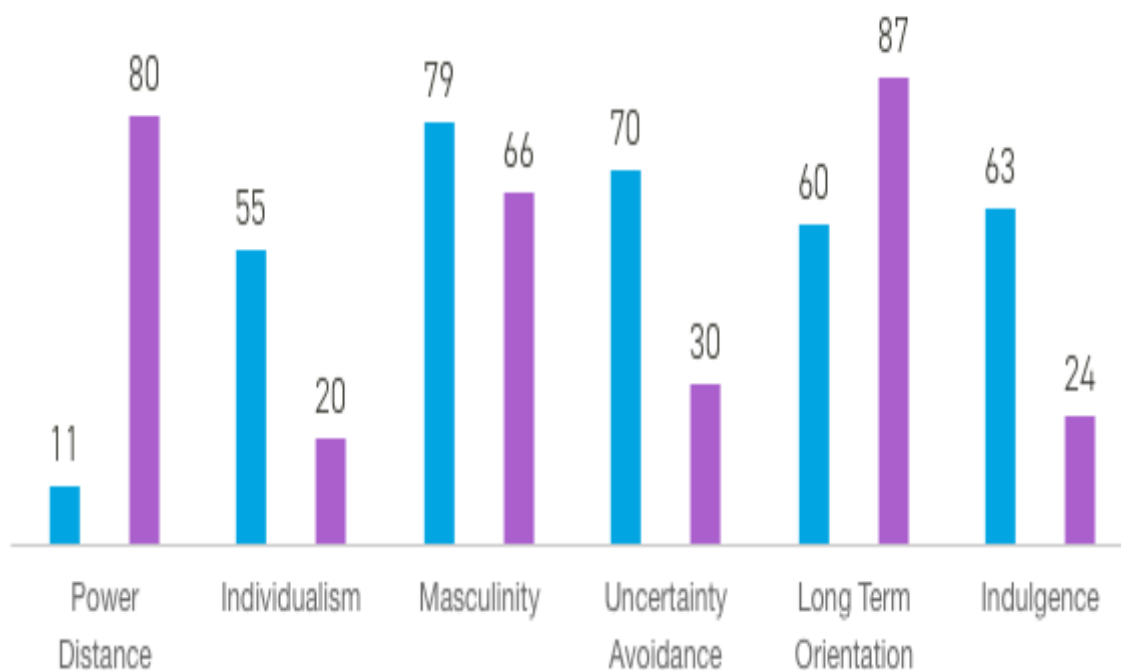


Рисунок 1 – Культурные различия стран-партнеров - Австрии и Китая (Hofstede Insights, 2020)

Рассмотрим некоторые из этих критериев – показателей.

Прежде всего, существует весомая разница в показателе «Влияние Дистанции» между Австрией и Китаем. У Австрии в этом измерении очень маленький показатель, равный 11, что означает больший упор на собствен-

ные обязательства и наличие жесткого инструктажа со стороны руководителей. Персонал австрийской компании Miller & Sons работает независимо от своих руководителей, однако это не мешает ему обращаться к менеджерам за консультациями, так как иерархия здесь носит лишь условный характер и создана для удобства коммуникаций. Все в компании обладают абсолютно равными правами. Способ взаимодействия сотрудников является прямым, и все ожидают участия в любом мероприятии компании, например, собрании руководителей, даже обладая более низкой должностью.

В Китае данный показатель полностью противоположный, так как у страны очень высокий показатель – 80 по «Влиянию Дистанции». В китайских компаниях высшие по положению работники имеют полную власть над своими подчиненными, которые строго следуют правилам и предписаниям. Так как у руководителей китайских компаний имеется практически неограниченная власть, не существует защиты против злоупотребления этой же властью. Люди не должны проявлять инициативу или лидерство, так как в Китае необычно, когда работники стремятся к более высокому должностному положению, в то время как в Австрии приветствуется амбициозность.

У Австрии по показателю «Избежание неопределенности» довольно высокий балл, равный 70, что сводится к пристрастию австрийских компаний избегать непредвиденные ситуации. Рабочие в основном выполняют свою работу согласно строгому регламенту и относятся с негативом к неортодоксальному поведению. В Австрии люди обладают внутренним желанием выполнять всю свою работу точно и усердно. Пунктуальность и безопасность – главные их принципы, даже если они отвергают стремление к инновациям. Решения принимаются только после тщательного анализа всех возможных исходов. Чтобы усилить влияние принимаемых решений, официальные титулы часто имеют приоритет по сравнению с личностными данными, чтобы удостовериться в том, что решения принимаются уполномоченным лицом.

Работники же китайских компаний не пытаются избегать неопределенностей всяческими способами (их суммарный балл по данному критерию равен 30). Для китайцев важно говорить правду в их равных по положению социальных кругах, но вне этих кругов не должно быть строгого соблюдения правил и законов. Большую часть времени эти правила и законы достаточно гибкие и подстраиваются под конкретную ситуацию. Эта неопределенность может ввести в заблуждение Западный мир, но китайцы привыкли к этому, так как их язык так же наполнен неоднозначностями. Большинство бизнесов в Китае семейные, что означает склонность китайцев к риску, предприимчивости и легкой приспособляемости к ситуации.

В целом, несмотря на выявленные в процессе анализа, порой принципиальные различия в культурном менталитете работников австрийских и китайских компаний, проведенное исследование позволило сделать вы-

воды о целесообразности работать австрийцам с китайскими компаниями в интеграционных объединениях, конкурентоспособных мировом экономическом пространстве.

Литература

1. Hofstede Insights. (2020). *Country Comparison*. Retrieved May 15, 2020, from Hofstede Insights: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison>.

Никифоров Н.С., студент гр. ПМб-171
Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ»

Современный строительный комплекс РФ представляет собой определенную систему рыночных отношений, отличительной чертой которого является наличие относительно низкого уровня входных барьеров.

Для строительного рынка свойственна общеотраслевая специфика капитального строительства (привязка к земельным ресурсам, относительно долгие сроки создания конечного продукта, высокие единоразовые капитальные вложения и проч.) Поэтому многие компании

осуществляют свою деятельность на региональных (местных) конкурентных рынках [1].

АО «Кемеровоспецстрой» более сорока пяти лет известен как крупнейший участник строительного рынка Кузбасса.

Предприятие является членом Саморегулируемой организации «Некоммерческое партнерство строительных организаций Кемеровской области «ГЛАВКУЗБАССТРОЙ» и выполняет различные виды строительных работ:

- земляные и свайные работы;
- устройство бетонных и железобетонных монолитных конструкций;
- строительно-монтажные работы;
- устройство различных сетей, автомобильных дорог, мостов, эстакад, путепроводов и др.

Предприятия АО «Кемеровоспецстрой» производят асфальтобетонные смеси различных марок, мелкогазобетонные пресованные бетонные изделия (тротуарная плитка, бортовые камни, стеновые блоки и др.), а также полистеролбетон и изделия из него (стеновые блоки) [2].

Исследование конкурентной среды компании АО «Кемеровоспецстрой», проведенное путем SWOT-анализа, позволило выявить основные факторы внутренней среды, влияющие на ее бизнес (таблица 1).

Таблица 1 – Факторы внутренней среды

Фактор	Содержание фактора
Производство	Объем выручки от продажи товаров, работ, услуг за 2019 год увеличилась в 2 раза и составил 4815 тыс. руб., что свидетельствует о расширении деятельности предприятия [4]. Коэффициент износа основных средств за два анализируемых периода хотя и снизился на 9%, но составляет 55%, что говорит о неудовлетворительном состоянии оборудования.
Маркетинг	Средством рекламы является официальный сайт АО «УК «Кузбассразрезуголь», на котором можно получить информацию об организации и связаться по необходимым контактным номерам телефонов. Также у компании есть своя страница в социальной сети «ВКонтакте», где представлена различная информации о результатах работ и мероприятиях. Однако этого недостаточно для эффективной маркетинговой стратегии, необходимо провести мероприятия по повышению эффективности рекламы.
Финансы	Чистая прибыль составляет 774 тыс. руб. и также имеет положительную динамику. Дебиторская задолженность превышает кредиторскую задолженность в 1,1 раза и составляет 740 тыс. руб. (увеличение на 42%), а кредиторская задолженность составила 699 тыс. руб. (увеличение на 54%). Это может негативно повлиять на финансовую устойчивость предприятия. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств увеличился на 0,7 пункта, что свидетельствует об их рациональном использовании, а также о правильной экономической политике предприятия. Коэффициент текущей ликвидности составляет 2,9. Это свидетельствует о достаточности оборотных средств, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств.
Персонал	Численность увеличилась на 18% и составила 744 чел. Что связано с увеличением объемов работ. Выработка работников имеет положительную тенденцию и составила 4 342 тыс. руб./чел. или увеличилась на 8,96%. Среднемесячная заработная плата увеличилась на 10,49 тыс. руб. и составила 32,17 тыс. руб.

Финансовое состояние предприятия зависит от того, насколько успешно она способна реагировать на различные воздействия извне. Анализируя внешнюю ситуацию, необходимо выделять наиболее существенные на конкретный период времени факторы. Взаимосвязанное рассмотрение этих факторов с возможностями предприятия позволяет решать возникающие проблемы. При решении разного уровня задач необходимо также четко представлять, поддаются ли критические факторы контролю со стороны предприятия. Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие любой организации, можно назвать SWOT-анализ.

В таблице 2 представлен SWOT-анализ АО «Кемеровоспецстрой»

Таблица 2 – Матрица SWOT-анализа предприятия

Угрозы	Возможности
<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкая доступность финансов. 2. Высокая конкуренция. 3. Развитие альтернативных технологий и аналогов оборудования. 4. Изменение системы контроля в строительстве. 5. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства. 6. Отсутствие нормативов по стандартизации новых технологий. 7. Дефицит квалифицированных специалистов. 8. Угроза поглощения более крупной компанией. 9. Усиление давления производителей стройматериалов. 10. Выход на рынок иностранных компаний. 11. Уменьшение рентабельности строительства типового жилья. 12. Возможен приход на рынок крупных московских строительных компаний. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Растущий рынок. 2. Реализация общенациональной государственной программы «доступное жилье». 3. Возможности быстрого роста. 4. Наличие новых привлекательных географических рынков. 5. Появление новых технологий в строительстве. 6. Приток частного и иностранного капитала в строительную отрасль. 7. Вхождение в ВТО как снижение торговых барьеров для входа на иностранные рынки. 8. Выход с проектами освоения целых территорий города и пригорода. 9. Программа улучшения качества строительства (открытие новых технологий строительства). 10. Продвижение в область, регионы. 11. Партнёрство с банком или финансовой организацией для реализации строительных и финансовых проектов. 12. Вывод новой серии домов в сегмент выше среднего.
Слабые стороны	Сильные стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаток финансовых средств (оборотных и для осуществления стратегических инициатив) 2. Непостоянство денежного потока из-за большого периода оборота дебиторской задолженности. 3. Низкая рентабельность производственной деятельности. 4. Неэффективная организации снабжения и технического сервиса механизмов. 5. Высокие издержки производства. 6. Громоздкость организационной функциональной структуры из-за отсутствия формализации процессов управления 7. Слабая маркетинговая политика. 8. Спонтанная диверсификация. 9. Использование рабочей силы низкой квалификации. 10. Неритмичность и непредсказуемость получения заказов. 11. Низкая эффективность НИОКР 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лидерство на данном сегменте строительного рынка. 2. Узнаваемый брэнд. 3. Команда высококвалифицированных специалистов. 4. Многолетний опыт. 5. Широкая производственная линейка. 6. Система профессионального обучения и повышения квалификации. 7. Наличие у компании утвержденных СТО. 8. Действующая в ОАО программа социальной ответственности. 9. Послепостроечный мониторинг за осадками зданий и сооружений. 10. Партнерство с лидерами мирового рынка. 11. Высокая степень соблюдения договорных обязательств, как в отношении субподрядчиков, так и в отношении конечных потребителей.

Таким образом, метод SWOT-анализа позволяет оценить конкурентные преимущества предприятия, его сильные и слабые стороны в сравнении с угрозами и возможностями для него во внешней среде [3].

АО «Кемеровоспецстрой» имеет серьезный потенциал для эффективной работы и укрепления на рынке. Сильные стороны компании позволяют избегать серьезных потрясений и угроз.

Для использования перечисленных возможностей необходимо, в первую очередь, заняться внедрением новых технологий в строительстве. Однако компания нуждается в средствах, поэтому в качестве выхода из сложившейся ситуации потребуется оформить банковский кредит, либо привлечь в бизнес новых инвесторов.

Список литературы

1. Белова А.П., Квазиконкуренция на рынке строительной отрасли / А.П. Белова, С.М. Бугрова. – Текст: электронный // Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Россия молодая», 16-19 апреля 2019 г., г. Кемерово. – Кемерово, 2019. – URL: <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80303.pdf> (дата обращения 23.07.2020).
2. Официальный сайт АО «Кемеровоспецстрой» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kemerovospecstroy.ru> (дата обращения 23.07.2020).
3. Степанова Д.С. Стратегия повышения конкурентоспособности предприятия / Д.С. Степанова, С.М. Бугрова. – Текст: непосредственный // Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, 2019 г. – г. Кемерово, 2019. – С. 185-187.
4. Центр раскрытия корпоративной информации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=1117&type=3> (дата обращения 23.07.2020).

Нуштаева Дарья Владимировна,
ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля
(Челябинское УФАС России, г. Челябинск)

ПРЕДЕЛЫ РАССМОТРЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ ЖАЛОБ НА ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАКУПОК, ПРОВОДИМЫХ ПО ЗАКОНУ О ЗАКУПКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ УСЛУГ ОТДЕЛЬНЫМИ ВИДАМИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

При осуществлении закупочной деятельности заказчики, отнесенные к числу субъектов, подпадающих под действие закона, руководствуются

положениями Федерального закона от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [1] (далее – Закон о закупках).

Целями регулирования указанного Федерального закона являются обеспечение единства экономического пространства, создание условий для своевременного и полного удовлетворения потребностей юридических лиц, указанных в части 2 статьи 1 Закона о закупках (далее - заказчики), в товарах, работах, услугах, в том числе для целей коммерческого использования, с необходимыми показателями цены, качества и надежности, эффективное использование денежных средств, расширение возможностей участия юридических и физических лиц в закупке товаров, работ, услуг (далее также - закупка) для нужд заказчиков и стимулирование такого участия, развитие добросовестной конкуренции, обеспечение гласности и прозрачности закупки, предотвращение коррупции и других злоупотреблений.

Поскольку большинство проводимых закупочных процедур являются конкурентными, антимонопольный орган как орган выступающий в защиту конкуренции, наделен полномочиями по рассмотрению жалоб при организации и проведении закупок в соответствии с Законом о закупках.

Законом о закупках предусмотрено, что любой участник закупки вправе в порядке, установленном статьей 18.1 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [2] (далее – Закон о защите конкуренции), с учетом особенностей, установленных статьей 3 Закона о закупках, действия (бездействие) заказчика, комиссии по осуществлению закупок, оператора электронной площадки при закупке товаров, работ, услуг, если такие действия (бездействие) нарушают права и законные интересы участника закупки.

При этом, при подаче жалобы существуют некоторые ограничения. Так, частью 10 статьи 3 Закона о закупках императивно установлены случаи, в которых участник закупки имеет право подать жалобу в антимонопольный орган.

Таковыми случаями являются:

1) осуществление заказчиком закупки с нарушением требований настоящего Федерального закона и (или) порядка подготовки и (или) осуществления закупки, содержащегося в утвержденном и размещенном в единой информационной системе положении о закупке такого заказчика;

2) нарушение оператором электронной площадки при осуществлении закупки товаров, работ, услуг требований, установленных настоящим Федеральным законом;

3) неразмещение в единой информационной системе положения о закупке, изменений, внесенных в указанное положение, информации о закупке, информации и документов о договорах, заключенных заказчиками по результатам закупки, а также иной информации, подлежащей в соответствии с настоящим Федеральным законом размещению в единой информационной системе, или нарушение сроков такого размещения;

4) предъявление к участникам закупки требований, не предусмотренных документацией о конкурентной закупке;

5) осуществление заказчиками закупки товаров, работ, услуг в отсутствие утвержденного и размещенного в единой информационной системе положения о закупке и без применения положений Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», предусмотренных частью 8.1 настоящей статьи, частью 5 статьи 8 настоящего Федерального закона, включая нарушение порядка применения указанных положений;

б) неразмещение в единой информационной системе информации или размещение недостоверной информации о годовом объеме закупки, которую заказчики обязаны осуществить у субъектов малого и среднего предпринимательства.

Стоит обратить внимание, что помимо непосредственного участника закупки – лица, подавшего заявку, в антимонопольный орган могут обратиться иные лица, чьи права могут быть нарушены при проведении закупки.

При этом следует иметь в виду, что такими лицами не могут быть обжалованы действия заказчика, закупочной комиссии, оператора электронной торговой площадки за пределами срока окончания подачи заявок, установленного в документации о закупке.

Закон о закупках напрямую не содержит запрета на подачу жалобы об оспаривании положений закупочной документации за пределами срока окончания подачи заявок, что является, на наш взгляд, одной из проблем, в том числе для заявителей, которые возникают при подготовке жалобы.

Зачастую на практике в антимонопольный орган поступают жалобы на действия закупочной комиссии, в соответствии с которыми заявители не согласны с отклонением или оценкой их заявки. Однако в обоснование своих доводов податель жалобы приводит аргументы, касающиеся его несогласия с условиями закупочной документации.

Учитывая, что доводы жалобы сводятся заявителем к обжалованию положений закупочной документации при условии отсутствия иных доводов, касательно именно неправомερных действий закупочной комиссии, антимонопольный орган, имея законодательно установленный запрет на рассмотрение жалоб только в пределах их доводов, вынужден оставлять такие доводы без рассмотрения.

Указанные выводы следуют из системного толкования норм статьи 18.1 Закона о защите конкуренции и части 10 статьи 3 Закона о закупках поскольку действия, которые совершает закупочная комиссия могут ей производиться лишь после окончания срока подачи заявок. Именно начиная с этого периода начинается работа комиссии по рассмотрению поданных заявок участников закупки. Также отметим, что статус участника закупки может быть приобретен лицом, выразившим свое согласие с услови-

ями закупочной документации путем направления соответствующей заявки на участие в конкурентной процедуре.

Следовательно, лица, не подавшие заявку на участие в закупке, могут обжаловать действия заказчика на этапе размещения информации о проведении закупки, а именно положения закупочной документации.

При таких обстоятельствах, жалобы, поданные лицами, не принимавшими участие в закупке, на положения закупочной документации, поступившие в антимонопольный орган за пределами срока окончания подачи заявок, подлежат оставлению без рассмотрения.

По истечении указанных сроков обжалование действий (бездействия) заказчика, уполномоченного органа, уполномоченного учреждения, специализированной организации, оператора электронной площадки, оператора специализированной электронной площадки, комиссии по осуществлению закупок, совершенных до окончания срока подачи заявок осуществляется только в судебном порядке (правомерность применения названного правового подхода также подтверждена судебным решением Арбитражного суда г. Москвы по делу № А40-255742/2018).

При этом, право участника закупки обжаловать в судебном порядке действия (бездействие) заказчика при закупке товаров, работ услуг предусмотрено в части 9 статьи 3 Закона о закупках и не ограничено какими-либо условиями, как это определено при обращении с жалобой в антимонопольный орган [3].

Помимо ограничения подачи жалобы на порядок проведения закупки законодатель также ограничил полномочия антимонопольного органа путем установления запрета на проведение проверки соответствия действий (бездействия) заказчика, закупочной комиссии, иным положениям Закона о закупках помимо тех, которые по мнению подателя жалобы нарушены.

Несмотря на то, что частью 20 статьи 18.1 Закона о защите конкуренции установлена возможность выдачи антимонопольным органом предписания об устранении выявленных нарушений, в том числе иных, не указанных в жалобе, законодателем специальной нормой Закона о закупках введено ограничение рассмотрения жалобы в пределах ее доводов.

Позиция Верховного Суда Российской Федерации по указанному вопросу высказана в рамках рассмотрения дела № А27-24989/2015. Суд указал, что положения статьи 18.1 Закона о защите конкуренции должны применяться с учетом норм Закона о закупках, то противоречие положений Закона о защите конкуренции и Закона о закупках относительно пределов рассмотрения жалоб может привести к неоднозначному толкованию их всеми участниками процесса по статье 18.1 Закона о защите конкуренции [4].

В качестве примера приведем решение ФАС России жалоба участника закупки признана необоснованной, однако в соответствии с пунктом 2 резолютивной части решения ОАО «РЖД» признано нарушившим части 1 статьи 2, подпунктов 12, 13 части 10 статьи 4 Закона о закупках в связи с

установлением требований и условий, которые, по мнению антимонопольного органа, ограничивают количество участников закупки при проведении предварительного квалификационного отбора № 1/ПКОЭ-КРАС/18 по выбору лиц, обладающих достаточной квалификацией для выполнения кадастровых работ и работ по обеспечению регистрации прав на земельные участки на полигоне Красноярской железной дороги в 2018-2019 (извещение № 31806189827) и в действиях ОАО «РЖД» выявлены признаки административного правонарушения, ответственность за совершение, которого предусмотрена ч. 7 ст. 7.32.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях [5].

Однако суд, отменяя решение ФАС России, посчитал, что выводы антимонопольного органа не соответствуют требованиям Закона о закупках, поскольку частью 13 статьи 3 Закона о закупках установлен запрет при рассмотрении жалоб на действия заказчика выходить за пределы доводов, составляющих предмет обжалования [6].

Тем не менее, по-прежнему остается актуальным вопрос о том, принимать ли и оценивать Комиссией антимонопольного органа доводы подателя жалобы, заявленные в устной форме. Следует ли продлевать срок принятия решения по жалобе с целью предоставления возможности заказчику подготовить контрдоводы [7, с.68].

Указанная проблема требует разрешения на законодательном уровне путем внесения соответствующих изменений в статью 18.1 Закона о защите конкуренции и Закон о закупках.

Список литературы

1. Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» // СПС «Консультант плюс».
2. Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СПС Консультант плюс.
3. Определение Верховного суда Российской Федерации от 11 августа 2017 года по делу № 304-КГ16-17592.
4. Определение Верховного суда Российской Федерации от 31 января 2018 года № 306-КГ17-201617.
5. Решение ФАС России от 29.03.2018 по делу № 223ФЗ-206/18.
6. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда № 09АП-67086/2018 от 18.03.2019.
7. Рысева Е.Г. Проблемы реализации полномочий антимонопольного органа при рассмотрении жалоб в укороченной процедуре // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Право. 2018. Т. 3, вып. 2. С. 64-69.

Олейникова Виолетта Валерьевна, студент гр. ЭКФ-ЭБ-53.
Научный руководитель – Варданян Спартак Ашотович,
старший преподаватель
(ВолГАУ, г. Волгоград)

ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

На сегодняшний день изучение конкуренции имеет большую актуальность, так как она является одним из важнейших факторов, который диктует условия функционирования того или иного рынка. В совокупности с рыночной системой, конкуренция выносит решения, что экономика должна производить, как эффективно организовывать производство и как следует распределять результаты производительного труда между экономическими единицами [3].

Монополистическая конкуренция – тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, где обладающие рыночной властью продавцы дифференцированного продукта конкурируют за объём продаж. Основы теории монополистической конкуренции заложил Эдвард Чемберлин в изданной в 1933 году книге «Теория монополистической конкуренции» [1].

Монополистическая конкуренция – это средство, которое влияет на торговлю и производство, вследствие чего потребности покупателей удовлетворяются наиболее полно.

Монополистическую конкуренцию можно рассматривать как:

1. тип отраслевого рынка, где есть много продавцов, которые предлагают различные продукты, благодаря чему они осуществляют контроль над стоимостью товара или услуги;
2. рыночную ситуацию, когда несколько продавцов реализуют одни и те же товары, но при этом, стараются придать им новые истинные или мнимые качества, чтобы привлечь покупателя;
3. один из популярнейших типов рынка, который наиболее близок к совершенной конкуренции. Это объясняется тем, что здесь возможность контролировать цену, а, следовательно, рыночную власть, относительно не велика.

Рынок монополистической конкуренции состоит из различных покупателей и продавцов, которые совершают сделки не по общей рыночной цене, а в свободном диапазоне цен. Существование диапазона объясняется тем, что продавцов может предложить покупателям разные варианты продуктов. Реальные изделия отличаются друг от друга качеством, свойствами, внешним видом. Различия могут заключаться и в сопутствующих товарам услугах. Покупатель видит разницу в предложениях и платит разную цену за товар, который ему наиболее подходит [4].

Выделяют следующие основные черты монополистической конкуренции:

- дифференциация продукции;
- большое количество продавцов;
- относительно низкие барьеры входа и выхода из отрасли;
- жесткая неценовая конкуренция;

Рассмотрим немного подробнее каждую из них.

Дифференциация продукции – ключевая характеристика данной рыночной структуры. Она предполагает наличие в отрасли группы продавцов (производителей) выпускающих близкие, но не однородные по своим характеристикам товары, т.е. товары, не являющиеся совершенными заменителями.

Дифференциация в торговле представляет собой мнимые или действительные различия в факторах дифференциации. Основными факторами дифференциации в торговле являются товар, услуга и месторасположение. Дифференциация в торговле существует в товарной, сервисной и пространственной формах.

Большое количество продавцов: с одной стороны, исключает возможность сговора и согласованных действий между фирмами с целью ограничения объема выпуска и повышения цен; с другой – не позволяет фирме существенным образом влиять на рыночные цены [1].

Что касается барьеров входа в отрасль, то обычно входение в отрасль не затруднено, а связано это с:

- малым эффектом масштаба производства;
- небольшими первоначальными инвестициями;
- небольшим размером уже действующих предприятий.

Вместе с тем из-за дифференциации продукции и приверженности потребителей к фирменной марке входение на рынок более сложно, чем при совершенной конкуренции. Новая фирма должна не только производить конкурентоспособную продукцию, но и быть способной привлечь к себе покупателей уже действующих фирм.

Жесткая неценовая конкуренция – также характерная черта монополистической конкуренции. Фирма, действующая в условиях монополистической конкуренции, может применять три основных стратегии влияния на объем продаж:

- изменять цены (т.е. осуществлять ценовую конкуренцию);
- производить товар с определенными качествами (т.е. усиливать дифференциацию своего товара по техническим характеристикам, качеству, услугам и прочим аналогичным показателям);
- пересмотреть стратегию рекламы и сбыта (т.е. усиливать дифференциацию своего товара в области стимулирования сбыта) [1].

Сериков Д.А. делит неценовые методы конкуренции на две разные группы. В первой группе методы, изменяющие свойства товара, а во второй – методы, которые воздействуют на покупателя [4].

В сфере пищевой продукции наиболее распространенными примерами монополистической конкуренции являются следующие направления производства:

- Чай: Greenfield, Bigelow, Richard, Riston, Ahmad, Dilmah, Lipton, «Майский», «Принцесса Нури»;
- Макароны изделия: LA MOLISANA, BAISAD, Barilla, MAKFA, AIDA, BORGES, RUMMO, «Знатные», «Экстра М», «Шебекинские»;
- Шоколад: Nature's own Factory, ROYAL FOREST, Lindt, Ritter Sport, Milka, Nestle, Dove, babyfoxx, «Аленка», «Победа»;
- Мороженое: Milka, Mars, BS baskin robbins, Kiss Me, LAVIFOOD, m&m's, MOVENPICK, O12, BOUNTY, «Магнат», «КОРОВКА ИЗ КОРЕНОВКИ», «ФИЛЕВСКОЕ»;
- Безалкогольные газированные напитки: Coca-Cola, Pepsi, Fanta, Sprite, Mirinda [2].

Преимущества рынка монополистической конкуренции:

- дифференциация продукции расширяет возможности выбора потребителя;
- сильная конкуренция удерживает цены близко к уровню предельных издержек, которые находятся на минимально возможном для дифференцированной продукции уровне (хотя и несколько выше, чем на рынке совершенной конкуренции);
- рыночная власть отдельной фирмы сравнительно мала, так что фирмы, большей частью, получают, а не устанавливают цены;
- данный вид рынка является наиболее благоприятным для покупателей [1].

Таким образом, можем сделать вывод о том, что монополистическая конкуренция играет значительную роль на существующих рынках. Она помогает покупателям наиболее полно удовлетворить потребности, активизирует торговлю и производство.

Список литературы

1. Ермишина О.Ф. Монополистическая конкуренция / О.Ф. Ермишина, Д.А. Бутовец / Научный электронный журнал меридиан – Якутск, 2019. – URL <https://elibrary.ru/item.asp?id=41508867> (дата обращения: 03.09.2020). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.
2. Монополистическая конкуренция. – Текст: электронный. – URL: <https://www.kom-dir.ru/article/2796-monopolisticheskaya-konkurenciya-primery>.
3. Пичугина Е.В. Теоретические основы конкуренции / Е.В. Пичугина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – URL: <https://moluch.ru/archive/296/67136/> (дата обращения: 03.09.2020).
4. Тапалчинова Д.Н. Понятие и предпосылки исследования монополистической конкуренции / Д.Н. Тапалчинова / Инновационное

развитие науки и образования сборник статей IX Международной научно-практической конференции: в 2 ч. – Пенза, 2020. – URL <https://elibrary.ru/item.asp?id=41719657> (дата обращения: 03.09.2020). – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.

Пашкова Светлана Евгеньевна, студент гр. БЭс-164
(Филиал КузГТУ в г. Междуреченске, г. Междуреченск)
Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ ТУРОПЕРАТОРОВ «АЛЕАН» И «ДЕЛЬФИН» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Конкурентная среда является движущей силой любой отрасли, в частности туристической, ее цель – завоевать потребителей и занять привилегированное положение на рынке. В сфере туризма в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции, это один из его существенных признаков [1]. Конкуренция на туристическом рынке усиливается в связи с тем, что спрос подвержен значительным сезонным колебаниям. Поэтому туроператоры часто используют систему скидок и других тактических действий для увеличения продаж. При этом отдача существенно зависит от скорости реакции конкурентов [2]. Туроператоры, обладающие объективными данными о потенциале конкурентов, находятся в выгодной позиции, поскольку могут правильно оценить скорость ответной реакции соперников.

В качестве объектов исследования нами выбраны два туроператора, специализирующиеся на продаже турпродуктов на рынке внутреннего туризма более 25 лет – это компании «Дельфин» и «Алеан».

Туроператор «Алеан» ведет отсчет своей деятельности от 1993 года. В настоящее время группа компаний включает туроператорскую деятельность и сеть отелей. По России, Белоруссии и Азербайджану открыто 12 официальных офисов и осуществляется сотрудничество с 15 тыс. туристических агентств. У компании более 600 экскурсионных маршрутов свыше чем по 60 регионам России как готовыми туристическими пакетами, и индивидуальными турами. Отельная база туроператора «Алеан» – самая большая из всех туроператоров внутреннего туризма: более 5000 контрактов с моментальным подтверждением [3].

Туроператор «Дельфин» основан в 1994 году. Начав с небольших экскурсионных программ по России, туроператор наращивал свои масштабы и стал одним из ведущих на Российском туристическом рынке. Его представительства открыты в Адлере, Анапе, Москве, Симферополе, Сочи.

У туроператора огромное количество партнёров и договоров с туристическими агентствами, более 1 тыс. экскурсионных программ и 100 тыс. отправленных туристов ежегодно [4].

Исследование конкурентных преимуществ обоих туроператоров начнем с сопоставления цен на предлагаемые турпродукты по направлениям внутреннего туризма. Для сравнения нами использованы цены на отдых 2 туристов продолжительностью 14 ночей в 3-звездочном отеле с системой питания ВВ в сентябре 2020 года, не включая стоимость перелета (рисунок 1).

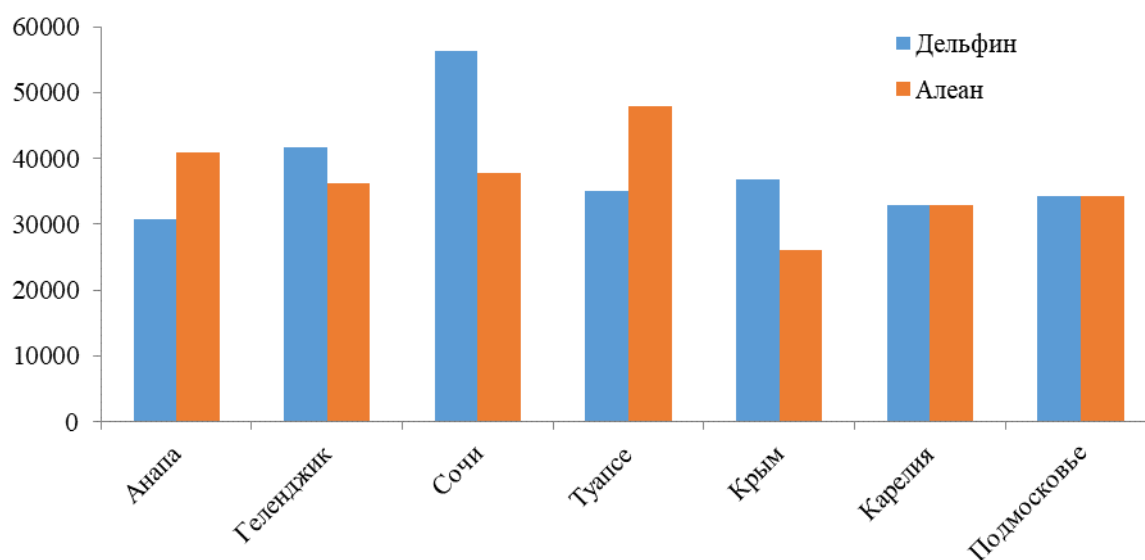


Рисунок 1 – Сравнение минимальных цен турпродуктов туроператоров «Алеан» и «Дельфин» [5]

Из данных рисунка видно, что несмотря на преобладающие масштабы рынка внутреннего туризма, туроператор «Алеан» имеет конкурентные преимущества в цене не по всем предлагаемым направлениям. Так, по отдыху в отелях Анапы туроператор «Дельфин» предлагает туры на 32 % ниже «Алеана», а в Туапсе – почти на 37 %; кроме того, по отелям Карелии и Подмосковья ценовые условия обоих туроператоров практически равны для потребителей. Однако по другим направлениям ценовые преимущества за туроператором «Алеан»: так, отдых в Геленджике у него на 15 % дешевле, а в Крыму и Сочи – уже на 41 и 47 % соответственно.

Получив настолько разнонаправленные результаты оценки, исследуем финансовые возможности обоих туроператоров в отношении снижения цен на турпродукты для возможности получения конкурентных преимуществ и максимизации прибыли без ущерба для финансового положения. Для этого сопоставим значения финансовых показателей каждой туристической компании попарно, а также сравним их значения со среднеотраслевыми с целью оценки угрозы финансовой несостоятельности при использовании ценовых скидок [6]. На рисунке 2 представлены значения финансовых коэффициентов, рассчитанных по данным публикуемой финансовой

отчетности компаний «Алеан» и «Дельфин» за 2018 год, а также их среднеотраслевые и нормативные значения.

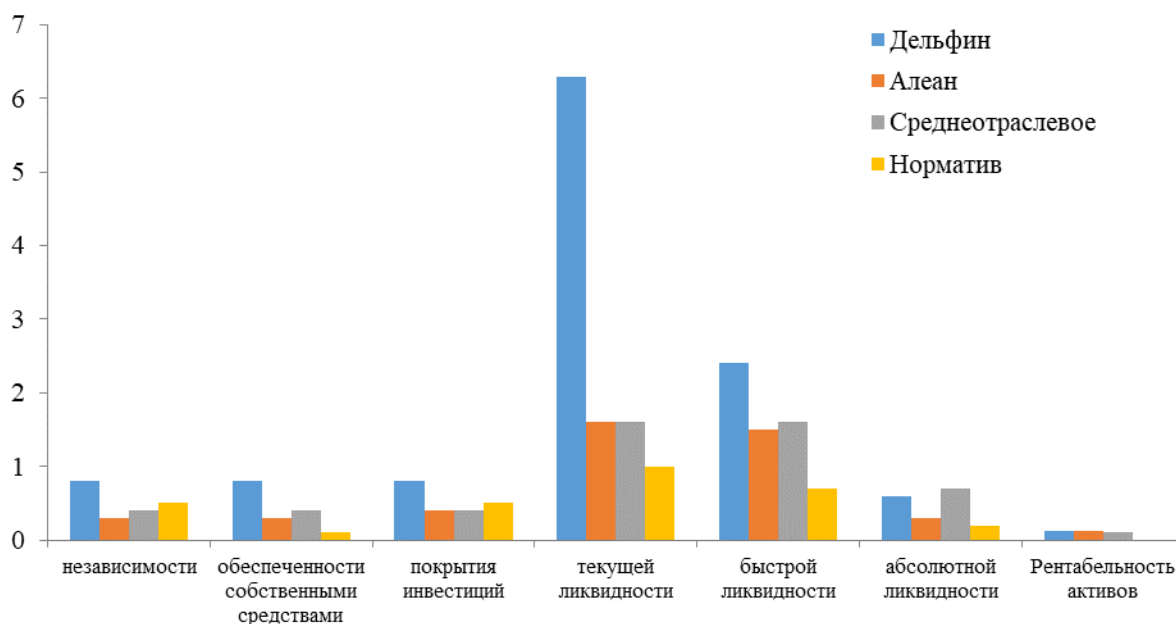


Рисунок 2 – Значения финансовых показателей туроператоров за 2018 год

Представленные на рисунке 2 данные свидетельствуют, что у туроператора «Алеан» в 2018 году наблюдалось значение коэффициента независимости ниже среднеотраслевого на 10 % пунктов и нормативного на 20 % пунктов. Напротив, у туроператора «Дельфин» данное значение на 60 % выше минимально допустимого по нормативу и в 2 раза выше среднеотраслевого. Сложившаяся ситуация говорит о нежелательности привлечения кредитных ресурсов компанией «Алеан» для развития деятельности, а также накопления кредиторской задолженности; компания «Дельфин», напротив, может делать это без ущерба для своей финансовой независимости. Также туроператор «Алеан» ограничен в привлечении инвестиций, поскольку значение характеризующего показателя его ниже норматива, хоть и соответствующего отраслевому. У обоих туроператоров значения коэффициента обеспеченности собственными средствами соответствуют нормативу, что указывает на обладание финансовой устойчивостью в краткосрочной перспективе, но при этом компания «Дельфин» находится в более выгодных условиях, в то время как у «Алеана» значение показателя на 10 % пунктов ниже среднеотраслевого.

Значения коэффициента абсолютной ликвидности у обоих туроператоров выше минимально допустимого по нормативу, однако ниже среднеотраслевого, что указывает на недостаточные платежные возможности авиакомпании для нормальной деятельности на туристическом рынке и нежелательность использования отсрочки платежей и кредитования потребителей в качестве конкурентного преимущества, так как это приведет к еще большему спаду ликвидности. При этом ситуация с абсолютной лик-

видностью более благоприятна у туроператора «Дельфин», чей относительный показатель в 2 раза превышает коэффициент «Алеана».

Значение коэффициента критической ликвидности у обоих туроператоров более чем в 2 раза превышает нормативный минимум, но у компании «Алеан» оно ниже среднеотраслевого, и в условиях недостаточности ликвидных активов, действия последнего по стабилизации платежной дисциплины в направлении минимизации дебиторской задолженности приведут к нарушению платежеспособности. По этой же причине ограничены возможности данного оператора в сфере оптимизации структуры оборотных активов в отношении минимизации запасов, поскольку коэффициент текущей ликвидности туроператора не превышает среднеотраслевой. У обоих исследуемых туроператоров имеются возможности в сфере маневрирования ценами на турпродукты, на что указывают значения показателей рентабельности активов, превышающие среднеотраслевые.

Таким образом, занимаемая на рынке внутреннего туризма ниша, несомненно, позволяет туроператору «Алеан» занимать лидерские позиции и дают значительные конкурентные преимущества. Однако у туроператора «Дельфин» имеется больший финансовый потенциал, позволяющий ей обеспечить потребителям благоприятные условия совершения сделок по приобретению турпродуктов, что не всегда доступно для «Алеана» ввиду неблагоприятной динамики и значений финансовых показателей и наличия рисков ухудшения финансового положения.

Список литературы

1. Рекреационные ресурсы как фактор устойчивого развития туристских организаций / Левченко Т.П., Тюленева Т.А., Хасенова К.Е., Молдажанов М.Б. // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 3 (37). С. 204-211.
2. Тюленева Т.А. Формирование системы управленческого учета на промышленных предприятиях. Москва, 2016.
3. Официальный сайт туроператора «Алеан». URL: <https://www.alean.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
4. Официальный сайт туроператора «Дельфин». URL: <https://www.delfin-tour.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
5. Сервис сравнения туров. URL: <https://sletat.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
6. Круковская Т.А. Факторный анализ финансовых результатов // Бухгалтерский учет. 2010. № 11. С. 118-123.

Передерина Диана Васильевна, студент гр. ЭЭ19-17МГТР
Научный руководитель – Почекутова Елена Николаевна, к.э.н., доцент
(ИЭГУиФ, г. Красноярск)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ДОБЫЧИ И РЕАЛИЗАЦИИ НЕФТИ И НЕФТЕПРОДУКТОВ

Необходимость регулирования государственного аппарата в начале 2000-х годов возникла в результате изменения отношений между субъектами правовых отношений. В 19 веке государственные органы занимали доминирующее положение в экономической системе. Однако в начале 21 века самостоятельность хозяйствующих субъектов требует иных связей с органами власти. В соответствии с ранее действовавшим Указом Президента РФ от 17.05.2000 № 867 «О структуре федеральных органов исполнительной власти» система федеральных органов исполнительной власти РФ включала Правительство РФ, федеральные министерства, государственные комитеты Российской Федерации, федеральные комиссии России, российские агентства, федеральные надзоры и иные федеральные органы исполнительной власти.

Указом Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» была значительно изменена система [5]. В настоящее время в систему федеральных органов исполнительной власти входят федеральные министерства, федеральные службы и федеральные агентства. Таким образом, была предпринята попытка четко определить функциональную направленность каждого федерального органа исполнительной власти. Однако в Указ Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314, внес существенные изменения Указ Президента № 649 от 20 мая 2004 г. «Вопросы структуры федеральных органов исполнительной власти». Теперь федеральные агентства и службы находящиеся в ведение Правительства РФ, дополнительно были наделены функциями по принятию нормативно правовых актов. Подобное изменение способствовало эффективному государственному регулированию и оперативному разрешению вопросов, касающихся тарифов, государственной статистики, финансовых рынков и т.д. [1].

Топливо-энергетический комплекс страны – сложный объект государственного регулирования. Усиление за многие годы данной отрасли не могло не отразиться при реформировании органов исполнительной власти. На сегодняшний день государственное регулирование добычи, переработки и реализации нефти и нефтепродуктов, как одного из направлений регулирования топливо-энергетического комплекса России осуществляется Правительством России, Министерством природных ресурсов, Министерством энергетики, Министерством финансов, а также подведомственными им федеральными службами и агентствами.

Государственное регулирование Правительством РФ в сфере добычи и реализации нефти и нефтепродуктов проявляется при осуществлении полномочий:

1) в сфере экономики:

- осуществляет регулирование экономических процессов;
- обеспечивает единство экономического пространства и свободу экономической деятельности, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств;
- прогнозирует социально-экономическое развитие РФ, разрабатывает и осуществляет программы развития приоритетных отраслей экономики (в том числе топливно-энергетического комплекса).

2) в сфере природопользования и охраны окружающей среды:

- обеспечивает проведение единой государственной политики в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности;
- организует деятельность по охране и рациональному использованию природных ресурсов, регулированию природопользования и развитию минерально-сырьевой базы Российской Федерации.

3) в сфере внешней политики и международных отношений:

- осуществляет регулирование и государственный контроль в сфере внешнеэкономической деятельности.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11.11.2015 № 1219 «Об утверждении положения о Министерстве природных ресурсов и экологии и об изменении и признании утратившими силу некоторых актов правительства РФ» Министерство природных ресурсов является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере изучения, использования, воспроизводства, охраны природных ресурсов и окружающей среды, обеспечения экологической безопасности [9]. Также данный орган власти осуществляет координацию и контроль деятельности подведомственных федеральных служб и агентств, один из которых – Федеральное агентство по недропользованию.

Роснедра осуществляет функции по оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере недропользования. Организует проведение конкурсов и аукционов на право пользование участками недр, выдачу, оформление и регистрацию лицензий на пользование недрами, а также их переоформление.

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 28.05.2008 № 400 «О Министерстве энергетики Российской Федерации» Министерство энергетики является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере топливно-энергетического комплекса, в том числе по вопросам нефтедобывающей, нефтеперерабатывающей, магистральных трубопроводов нефти, газа и

продуктов их переработки, освоения месторождений углеводородов на основе соглашений о разделе продукции, и в сфере нефтехимической промышленности [3]. В структурном подразделении министерства входят такие департаменты как:

1) департамент добычи и транспортировки нефти и газа, осуществляющий разработку предложений по развитию нефтедобывающей промышленности;

2) департамент переработки нефти и газа, занимающийся реализацией государственной политики в сфере нефтеперерабатывающей промышленности, магистральных трубопроводов нефти и продуктов ее переработки.

Под руководством Правительства РФ осуществляет свою деятельность Федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору [6]. В сфере добычи и реализации нефти осуществляет следующие функции:

1) регистрирует опасные производственные объекты и ведет государственный реестр таких объектов;

2) осуществляет контроль и надзор за соблюдением требований промышленной безопасности при проектировании, строительстве, эксплуатации, консервации и ликвидации опасных производственных объектов, изготовлении, монтаже, наладке, обслуживании и ремонте технических устройств, применяемых на опасных производственных объектах, транспортировании опасных веществ на опасных производственных объектах, а также надзор за соблюдением безопасным ведением работ, связанных с использованием недр.

Ещё одним органом исполнительной власти, который осуществляет государственное регулирование в сфере добычи и реализации нефти и нефтепродуктов является Федеральная антимонопольная служба. Она является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, законодательства в сфере деятельности субъектов естественных монополий, в сфере государственного регулирования цен (тарифов) на товары (услуги) [7].

В настоящее время идёт дальнейшее развитие законодательства в рамках совершенствования правового регулирования отношений в топливно-энергетической отрасли. Предполагаемые модификации могут затронуть достаточно широкий перечень требующих решения вопросов, важнейшими из которых, в аспекте проблем административно-правового регулирования, являются усиление государственного контроля за рациональным использованием минеральных ресурсов и их охраной. Данный принцип является основной государственного регулирования недропользования в нашей стране, составляющими элементами которого является добыча и реализация нефти и нефтепродуктов. Его суть заключается в обеспечении воспроизводства минерально-сырьевой базы по мере исчерпания запасов

полезных ископаемых в рамках постоянных геологоразведочных работ и добычи. Правовым средством реализации принципа является нормативно-правовое закрепление системы государственного управления в сфере использования и охраны недр, лицензирования, учета и контроля.

Эффективность государственного управления в сфере добычи и реализации нефти и нефтепродуктов в большей степени зависит от четкого закрепления функций федеральных органов исполнительной власти. Несмотря на проведения реформирования системы федеральных органов исполнительной власти на сегодняшний день проблема эффективной управленческой деятельности не теряет своей актуальности.

Список литературы

1. Вопросы структуры федеральных органов исполнительной власти [Электронный ресурс]: Указ Президента от 20 мая 2004 г. № 649 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_47798/ – [04.09.2020].
2. О структуре федеральных органов исполнительной власти [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 17.05.2000 № 867 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_27233/ – [07.09.2020].
3. О Министерстве энергетики Российской Федерации [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 28 мая 2008 г. № 400 // Режим доступа: <https://base.garant.ru/12135842/> – [05.09.2020].
4. О Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный конституционный закон // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17107/ – [07.09.2020].
5. О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_46892/ – [06.09.2020].
6. О Федеральной службе по экологическому, технологическому и атомному надзору [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 30.07.2004 № 401 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48768/ – [04.09.2020].
7. Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 № 331 // Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102087991> – [05.09.2020].
8. Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по недропользованию [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 17 июня 2004 г. № 293 // Режим доступа: <https://base.garant.ru/12135842/> – [03.09.2020].
9. Об утверждении положения о Министерстве природных ресурсов и экологии и об изменении и признании утратившими силу некоторых актов

правительства РФ [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 11.11.2015 № 1219 // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188947/ – [03.09.2020].

10. Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии РФ [Электронный ресурс]: <http://www.mnr.gov.ru> – [02.09.2020].

11. Официальный сайт Министерства энергетики Российской Федерации [Электронный ресурс]: <https://minenergo.gov.ru/activity/statistic> – [06.09.2020].

Петросов Сергей Александрович, студент гр. УПР 4-2
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЕМ ПРОЕКТА И СБОР ТРЕБОВАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЖЕСТКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Планирование – это один из важных этапов проекта, на котором определяется как будет осуществляться управление и контроль за проектом. Выгодой данного процесса является то, что он дает руководство по управлению содержанием на протяжении всего проекта [1, 2].

Перед началом работ по проекту необходимо определить, кто будет входить в команду проекта. Для разработки такого интернет портала нам будет недостаточно только проектировщика, в команду по проекту будут также входить: бизнес-аналитик, специалист по электронной коммерции, маркетолог, UX/UI дизайнер, а также могут быть привлечены сторонние эксперты, для помощи в реализации отдельных этапов, таких, например, как требования к дизайну или требования по технологиям [3].

Перед началом работы по содержанию проекта, необходимо разработать план управления содержанием, который будет включать в себя основные инструменты управления содержанием на разных этапах проекта, а также с какой периодичностью и в каком формате будут осуществляться применение данных инструментов. План управления содержанием представлен в таблице 1.

Таблица 1 – План управления содержанием проекта

Действие	Периодичность	Кем будет проводиться	Формат	Комментарий
Сбор требований				
Опрос экспертов	Единоразовый опрос, проводимый на стадии планирования	Проводится руководителем проекта	Очная встреча (30 минут)	Опрашиваются эксперты, участвовавшие в подобных проектах
Совещание	Проводится два раза в месяц	Руководитель проекта	Очная встреча (1 час)	Руководитель проекта обсуждает на совещании все требования и

				ТЗ к проекту
Анализ документов.	Проводится на стадии планирования, единовременно	Руководитель проекта и проектировщик	Индивидуальная работа руководителя и проектировщика (2 дня).	Документы по похожим проектам анализируются руководителем и проектировщиком, а затем совместно обсуждаются
Составление и утверждение матрицы отслеживания требований	Проводится на стадии планирования проекта.	Руководитель проекта	Очное взаимодействие (3 дня).	Руководитель проекта опрашивает заинтересованных сторон, определяет требования и на совещание обсуждает их с командой проекта.
Определение содержания и создание ИСР				
Причинно-следственный анализ	Проводится на стадии планирования, и при необходимости в течении всего жизненно цикла проекта	Руководитель проекта, и члены команды проекта	Индивидуальная работа каждого с документами (1 день), предоставление полученной информации на совещании (1 час)	Воздействие может иметь несколько влияющих факторов, которые могут быть сгруппированы в различные категории.
Анализ данных	Проводится на стадии планирования, единовременно	Руководитель проекта, и члены команды проекта	Индивидуальная работа с документами (1 день), предоставление полученной информации на совещании (1 час)	Рассматривается и анализируется информация по другим похожим проектам
Разработка ИСР	Проводится на стадии планирования, единовременно	Руководитель проекта	Личная работа руководителя проекта (1 час)	Руководитель проекта на основе полученной информации разрабатывает ИСР
Контроль содержания				
Анализ отклонений	Проводится каждую неделю	Руководитель проекта и команда проекта	Личная работа (1 час)	Данные собираются командой проекта, анализируются и предоставляются руководителю.
Актуализация требований	Каждые 2 недели	Руководитель проекта	Индивидуальная работа с документами (3 дня), совещание (1	Добавление новых требований, исключение требований, которые признанные ненужными.

			час)	
Документирование результатов по завершению проекта	По завершению проекта	Руководитель проекта	Индивидуальная работа с документами (1 день).	После завершения проекта необходимо задокументировать все результаты по проекту для последующих проектов.

Источник: составлено автором на основе [4-7]

На основе требований, которые мы определили, мы можем определить содержание нашего проекта и работ, которые нам необходимо будет осуществить. Для успешного функционирования нашего интернет-портала мы должны будем выполнить ряд важных блоков: провести исследование, разработать модуль интернет-портала, создать карточку товара, дополнить нашу платформу инструментами, увеличивающими конверсию, оформить личный кабинет, корзину, а также доставку и оплату товара, разработать интеграцию с поставщиками. Рассмотрим данные блоки подробнее [8].

Важной и неотъемлемой частью создания интернет-портала является исследование. Первой, и одной из ключевых работ проекта, является сбор требований. Нужно отметить, что неверно собранные требования могут критически отразиться на проекте и привести к неудовлетворенности заказчика проектом и, как следствие, неудачей проекта. Важно учесть требования не только заказчика, но и основных заинтересованных сторон, опросить экспертов, которые реализовывали похожие проекты [9].

После сбора требований необходимо осуществить исследование конкурентов. На этом этапе необходимо определить бизнес-процессы конкурентов, проанализировать сайты компаний, с которыми наш интернет-портал будет конкурировать. Важно найти свое конкурентное преимущество, чем-то отличаться от других похожих порталов [10].

Также, нам необходимо определить нашу целевую аудиторию. После того как мы ее определили, распишем более подробно несколько вариантов наших потребителей, их цели и интересы, чтобы лучше понять потребности основных потребительских групп.

Теперь мы знаем наших основных потребителей, знаем какие задачи перед ними стоят и с какими проблемами они сталкиваются. Теперь нам необходимо придумать решение для данных проблем, чтобы полностью удовлетворять нашего клиента [11].

Также, одним из важных этапов является разработка маркетинга продукта. Для интернет-платформы мы можем использовать совершенно разные каналы продвижения: брендинг и позиционирование, программа лояльности, 4P и другие инструменты продвижения. Проработку этого этапа осуществляет маркетолог.

Теперь нам необходимо продумать структуру сайта. Разработкой сайта будет заниматься проектировщик. Состоять она будет из основной части (каталог) и вспомогательных разделов. Во вспомогательные разделы

у нас будет входить следующие вкладки: о магазине, доставка и оплата, гарантия и сервис, статьи и новости, помощь, партнерам, реклама [12].

Второй блок в разработке нашего интернет-портала – это разработка модулей интернет магазина. Разделим наш интернет-портал на две части: внешнюю и внутреннюю. Внутренняя часть включает в себя обработку покупок, определенную учетную систему. Этот этап нами будет рассмотрен позднее, а сейчас мы перейдем к внешней части.

Внешняя часть – это то, что видят все пользователи нашей платформы. Нужно определиться, что будет входить в нее. Одним из важных элементов будет каталог товаров. Здесь, мы определяемся, по каким критериям будут группироваться все товары, представляемые потребителю. Важно разбить товары на такие логические группы, которые понятны пользователю и не заставляют его задумываться. Расположение нашего меню будет по вертикали, так как наш интернет-портал будет размещать товары большого количество поставщиков. Разработкой этой части будет заниматься проектировщик совместно с дизайнером. Также необходимо будет разработать навигацию, фасетную навигацию (позволяет отфильтровать все товары по определенным параметрам), популярные товары, электронный мерчандайзинг (ранжирование товаров), поиск, контакты, onlineчат.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
5. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
6. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
7. Коряков А.Г., Трифионов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.

8. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.
9. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
10. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
11. Трифонов И.В. Принятие управленческих решений при оценке качества проектов реструктуризации предприятий // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 314-318.
12. Череповская Н.А. Анализ внедрения цифровых технологий в отрасли экономики // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 2 (119). С. 620-623.

Пиньковецкая Юлия Семеновна, к.э.н., доцент
(Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск)

МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Известно, что основными типами рыночных структур являются совершенная (чистая) конкуренция, монополия, олигополия и монополистическая конкуренция. Такая классификация сложилась в середине XX в. на основе работ гарвардских экономистов Э. Чемберлина и Дж. Бэйна [1-4].

Необходимо отметить, что специфика деятельности малых и средних предприятий (МСП) на различных типах рынков определяет особенности их взаимодействия с другими субъектами рынков, а также сформировавшимися к настоящему времени институтами. Учет особенностей деятельности МСП на рынках различных типов необходим, поскольку без понимания того, на рынке какого типа конкурирует конкретное предприятие, невозможно решение задач поддержки предпринимательства, оказания помощи и содействия МСП, создания требуемых институциональных условий на всех уровнях управления: федеральном, региональном, муниципальном.

Общепринятыми признаками, определяющими типы рынков, являются: количество предприятий на рынке, доля продукции каждого из них, доступность рыночной информации, тип предлагаемой продукции (стандартизированная, дифференцированная), условия входа на рынок.

Первым признаком является количество предприятий на рынке. Предпринимательский сектор включает в настоящее время в Российской Федерации более 2,67 миллиона предприятий, при этом существенно, что

они составляют около 63% общего количества предприятий в стране [5]. В большинстве субъектов Российской Федерации даже с небольшим количеством МСП определенного вида деятельности, их число достаточно велико (100 и более предприятий одной отрасли). Поэтому МСП не могут быть отнесены к рынкам олигополии и чистой монополии, для которых характерны немногочисленные предприятия. Такие предприятия не способны в полном объеме обеспечить продукцией не только рынки такой крупной страны, как Россия, но и ее округов и регионов. Отметим, что большое количество предприятий (одного вида экономической деятельности) характерно для рынков чистой и монополистической конкуренции.

Количество предприятий на рынках непосредственно связано с долей продукции каждого из них. Поскольку в каждом регионе Российской Федерации функционирует значительное количество МСП, осуществляющих определенный вид деятельности, на каждое из них на рынке приходится небольшая доля продукции. Это положение вытекает из самой экономической дефиниции МСП, как предприятий в соответствии с законодательно принятыми критериями, имеющих ограниченную численность работников (до 250 человек) и небольшой объем производства. Указанная тенденция подтверждается выводами, сделанными на основе разработанных автором моделей (1) и (2), подробно описанных в статье [6].

Первая модель описывает значения удельного веса МСП определенной численности, в общем количестве всех предприятий, а вторая модель, удельного веса работников, занятых в предприятиях определенной численности, в общем количестве всех работников МСП по нашей стране. Каждая из моделей представляет собой степенную функцию:

$$k(x) = \begin{cases} 77,54 \times x^{-1,758}, & \text{если } 1 \leq x \leq 250 \\ 0, & \text{если } x < 1, x > 250 \end{cases} \quad (1)$$

где k - удельный вес предприятий определенной численности в общем количестве МСП, %;

x - численность работников в предприятии, чел.

$$r(x) = \begin{cases} 2,66 \times e^{-0,028x} + 0,03, & \text{если } 1 \leq x \leq 250 \\ 0, & \text{если } x < 1, x > 250 \end{cases} \quad (2)$$

где r - удельный вес работников, занятых в предприятиях определенной численности в общем количестве всех работников МСП, %;

x - численность работников в предприятии, чел.

Важно отметить, что модели (1) и (2) хорошо аппроксимируют данные, полученные в процессе сплошного наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства за 2015 год [5], приве-

денные в таблице 1.1.29 соответствующего итогового отчета. Модели (1) и (2) свидетельствуют о том, что абсолютное большинство МСП (около 90%) имеют численность менее 15 человек, а около половины всех работников МСП занято на предприятиях, которые имеют численность работников до 27 человек включительно.

Таким образом, большинство МСП работает, на рынках совершенной и монополистической конкуренции, поэтому основное внимание далее уделяется деятельности МСП на рыночных структурах двух указанных типов.

Доступность рыночной информации для МСП обусловлена наличием данных о фактических ценах, скидках, подробной характеристике продукции, достоинствах той или иной продукции, гарантиях её качества. Такая информация широко распространяется в рекламных изданиях, СМИ, в Интернете, путем проведения выставок. Предприятия открыто публикуют свои прейскуранты и другую рекламную продукцию. Соответствующую информацию можно также получить на основании различных запросов. Таким образом, информация доступна и ограничений на ее получение, как правило, нет. Отметим, что аналогичная информация на рынках олигополии и монополии ограничена.

Отсутствие барьеров для входа МСП на рынки доказывает динамика роста числа МСП [5] в России за прошедшие годы, приведенная в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика количества предприятий Российской Федерации, тыс. единиц

	Количество предприятий		
	2007	2010	2018
Все предприятия	4507	4823	4215
Малые и средние предприятия	1152	1669	2674
Все предприятия, без МСП	3355	3154	1541

Из таблицы видно, что число МСП в Российской Федерации за период с 2007 по 2018 год увеличилось в 2,32 раза. Таким образом, можно сделать вывод об отсутствии существенных барьеров для входа МСП на рынки. Отсутствие барьеров является признаком функционирования таких предприятий на рынках чистой и монополистической конкуренции.

Признаком, определяющим различие рынков чистой и монополистической конкуренции, является тип продукции (стандартизированная или дифференцированная), предлагаемой предприятием. Подробный анализ видов деятельности, которые являются типичными для МСП приведен в статье [7].

Для рынка чистой конкуренции характерно производство предприятиями стандартизированной (либо близкой к стандартизированной) про-

дукции. В наибольшей мере соответствуют этому признаку сельскохозяйственные предприятия. Максимально приближены к рынку чистой конкуренции МСП в торговле, сфере услуг, транспорте, связи и операциях с недвижимостью. Для таких предприятий уровень дифференциации продукции (услуг) очень низок.

МСП строительной отрасли зачастую функционируют на рынке монополистической конкуренции, поскольку абсолютное большинство строительных объектов (как жилищного, так и промышленного назначения) индивидуальны. Кроме того, степень дифференциации очень высока в связи с необходимостью учета задач, поставленных заказчиками.

Инновационные МСП создаются для выпуска уникальной конкретной продукции (технической новинки) и функционируют в основном на рынке чистой конкуренции. Как правило, они выпускают один вид продукции, обусловленный, проведенными ранее научными исследованиями. Выпускать несколько видов продукции для них нецелесообразно по технологическим причинам. Инновационные предприятия являются узко специализированными, имеют небольшую численность и работают в большинстве случаев на рынке чистой конкуренции.

МСП обрабатывающих производств в большинстве случаев выпускают дифференцированную продукцию. Вместе с тем имеется ряд промышленных предприятий, специализированных на выпуске стандартизированной продукции (запасные части, комплектующие, хлебобулочные изделия).

Анализ деятельности МСП показал, что на рынке чистой конкуренции ведут деятельность предприятия небольшого размера, с малым числом работников. Большие по размеру предприятия функционируют на рынке монополистической конкуренции.

Таким образом, размер МСП в значительной степени определяет возможность его функционирования на том, или ином рынке. Выпуск стандартизированной продукции обуславливается не только спецификой самой продукции (сельскохозяйственная, комплектующие, запасные части) и отсутствием потребности в дифференцированной продукции, но и тем, что малая численность работников, недостаточная оснащенность, отсутствие специалистов также приводят к узкой специализации таких предприятий.

Уровень профессиональной подготовки работников предприятий, выпускающих дифференцированную продукцию, должен быть выше, чем на предприятиях, выпускающих стандартизированную продукцию. Поэтому предприятиям с числом работников до пяти человек сложно производить дифференцированную продукцию. Кроме того, дифференциация продукции требует значительных инвестиций в техническое оснащение, приобретение и освоение дополнительного оборудования и технологий, обучение персонала. Поэтому при росте размера предприятия и увеличении численности занятых на нем работников появляется возможность выпуска

дифференцированной продукции и успешного функционирования на рынках монополистической конкуренции. Таким образом, численность работников МСП можно рассматривать в качестве классификационного признака отнесения этих предприятий к тому или иному виду рынка.

Список литературы

1. Chamberlin, E. Measuring the Degree of Monopoly and Competition // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. – London, 1954. – P. 264–265.
2. Chamberlin, E. The Theory of Monopolistic Competition. – Cambridge, MA: Harvard University Press, Mass, 1946. – 396 p.
3. Bain, J. Chamberlin's Impact on Microeconomic Theory // Monopolistic Competition Theory: Studies and Impact / Ed. by R. Kuenne. – New York, 1967.
4. Bain, J. Condition of Entry and the Emergence of Monopoly // Monopoly and Competition and Their Regulation / Ed. by E. Chamberlin. – London, 1954. – P. 227–237.
5. Федеральная служба государственной статистики. Малое и среднее предпринимательство России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359 – [15.06.2020].
6. Пиньковецкая, Ю. С. Закономерности распределения предприятий в зависимости от численности работников // Ars Administrandi. Искусство управления. – 2016. – № 3. – С. 85-96.
7. Пиньковецкая, Ю. С. Отраслевая специализация субъектов малого и среднего предпринимательства в России: анализ занятости // Современная конкуренция. – 2018. – Т. 12. – № 6 (72). – С. 125-143.

Позднякова В.А., магистрант гр. СУмоз-201

Научный руководитель: Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «МАЗУРОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД»

Конкурентоспособность предприятия – это фактическая и потенциальная способность предприятия осуществлять свою деятельность наиболее прибыльно, производя и реализуя свои товары и услуги, не уступающие по качеству и другим потребительским характеристикам товарам или услугам конкурентного предприятия.

Конкурентоспособность усиливается в рыночных условиях, когда на рынок выходит много производителей аналогичного товара и предприятие должно повысить конкурентоспособность своего продукта.

Можно выделить несколько направлений повышения конкурентоспособности предприятия:

- рост объема продаж товаров и услуг;
- повышение качества производимых товаров и предоставляемых услуг;
- сокращение затрат на производство;
- бенчмаркинг.

ООО «Мазуровский кирпичный завод» присутствует на рынке строительной продукции более 30 лет (с 1989 года). Основным видом деятельности завода является производство кирпича, черепицы и прочих строительных изделий из обожженной глины. В настоящее время на заводе производятся следующие виды продукции: камень керамический рядовой пустотелый и кирпич керамический рядовой полнотелый.

Для того чтобы определить уровень конкурентоспособности предприятия, необходимо провести оценку эффективности его деятельности. Результаты оценки эффективности деятельности предприятия позволяют оценить его текущую деятельность, перспективы на ближайшее будущее, выявить сильные и слабые стороны и разработать соответствующие мероприятия по повышению конкурентоспособности.

Анализ основных финансовых результатов деятельности ООО «Мазуровский кирпичный завод» за 2017 г. и 2018 г. (таблица 1) показал, что выручка от продаж в 2018 году по сравнению с 2017 увеличилась на 15 643 тыс. руб. (на 11,58 %). Однако при этом произошло превышение темпа роста расходов по обычным видам деятельности (116,52%) над темпом роста выручки от продаж (111,58%), что привело к убытку от продажи в 2018 году в размере 8 276 тыс. руб.

Прибыль до налогообложения в 2018 году также уменьшилась на 290,77%, по причине снижения прочих доходов (на 17 014 тыс. руб.) из-за окончания нескольких договоров аренды помещений и оборудования. В результате, на начало 2019 г. предприятие являлось убыточным, что свидетельствует о его недостаточно эффективной деятельности.

Таблица 1 – Анализ основных финансовых результатов деятельности ООО «Мазуровский кирпичный завод»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.		Отклонение (+-), тыс. руб.	Темп роста, %
	2017 г.	2018 г.		
1. Выручка от продаж	135 140	150 783	+15 643	111,58
2. Расходы по обычным видам деятельности, в том числе:	136 512	159 059	+22 547	116,52
2.1. Себестоимость продаж	94 582	112 758	+18 176	119,22
2.2. Коммерческие расходы	8 131	9 059	+928	111,41
2.3. Управленческие расходы	33 799	37 242	+3 443	110,19

3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	-1 372	-8 276	-6 904	-
4. Прочие доходы	50 454	33 440	-17 014	66,28
5. Прочие расходы	53 156	37 564	-15 592	70,67
6. Проценты к получению	3	77	+74	2566,67
7. Проценты к уплате	167	–	-167	-
8. Прибыль до налогообложения (3+4-5+6-7)	-4 238	-12 323	-8 085	-
9. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	1 249	2 195	+946	175,74
10. Чистая прибыль (убыток) (8+9)	-2 989	-10 128	-7 139	-

Главными проблемами неэффективной работы предприятия являются трудности со сбытом в результате растущей конкуренции на рынке строительных материалов и рост затрат на производство продукции.

Для повышения конкурентоспособности ООО «Мазуровский кирпичный завод», на наш взгляд, будут актуальны мероприятия по снижению себестоимости продукции и одновременному росту выручки от продаж.

Для увеличения выручки от продаж предлагается расширить рынок сбыта путем создания на предприятии интернет-магазина.

Интернет-магазин представляет собой сайт с детальным описанием каждого из товаров и услуг компании с возможностью заказа товаров и услуг и оплаты в режиме онлайн. Торговля через интернет-магазин поможет ООО «Мазуровский кирпичный завод» увеличить продажи и выйти на качественно новый уровень развития.

Исходя из опыта работы других компаний, осуществление продаж через интернет-магазин повышает объем продаж не менее чем на 5%.

Снижение затрат на производство в ООО «Мазуровский кирпичный завод» предлагается осуществить путем внедрения нового для данного предприятия и наиболее востребованного на рынке вида продукции – силикатного кирпича. Данный вид кирпича имеет более простой состав (известь, песок в смеси с другими добавками) и значительно меньшую трудоемкость изготовления (18 часов вместо 18 суток), что обеспечит снижение себестоимости продаж примерно на 15-30 %. При этом силикатный кирпич пользуется высоким спросом и имеет ряд достоинств: высокая прочность, устойчивость к морозам, долговечность, а также отличная звукоизоляция и возможность окрашивания его специальными красками.

Реализация данных мероприятий позволит предприятию значительно повысить свою конкурентоспособность на рынке, вследствие чего предприятие сможет выйти из кризисного положения и начнет получать прибыль.

Список литературы

1. Бухгалтерская (финансовая) отчетность ООО «Мазуровский кирпичный завод», 2014 - 2018 гг. [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/accounting?ogrn=1044205025765> (дата обращения: 20.02.2020)
2. Панфилъ Л.А., Муртазина Е.Э. Оценка эффективности деятельности предприятия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-4. – С. 753-756;
3. Черноусова А.В., Бугрова С.М. Анализ подходов к сущности конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». 18-21 апреля 2017. – КузГТУ, Кемерово, 2017.

Поляков Михаил Александрович, студент гр. Ю-460
Научный руководитель – Тихомирова Анжелика Витальевна к.ю.н., доцент
(НИУ ЮУрГУ, г. Челябинск)

ПРОБЛЕМА ВОЗНИКНОВЕНИЯ МОНОПОЛИЙ В СФЕРЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНОВ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

В современных реалиях происходит масштабная революция, связанная с внедрением современных технологий в различные аспекты, человеческой жизни. Многие компаний получают прибыль за счет продажи программного обеспечения, созданного на основе определенного компьютерного кода с целью выполнения конкретных функций на определенной операционной системе. Данные условия ставят перед ФАС РФ новую задачу, связанную с обеспечением благоприятной конкурентной среды в сферах деятельности хозяйствующих субъектов, не являющихся естественными монополиями и реализующих программное обеспечение для компьютерных и мобильных систем.

Проблема монополий в сфере онлайн магазинов мобильных приложений стала очевидной после резонансного дела между разработчиком компьютерных игр «Epic Games» и владельцем магазина мобильных приложений «App Store» компанией «Apple», исход которого далек от завершения. Причиной конфликта стало отказ компаний «Epic Games» платить 30% комиссию. Дабы обойти комиссию «Epic Games» активировала в своей игре «Fortnite» автономную платежную систему позволяющую покупать внутри игровую валюту в обход 30 % комиссий «App Store». Компания «Apple» посчитала данное действие нарушением правил магазина и удалила «Fortnite» из «App Store». Более того «Apple» так же заблокировала приложения, использующие движок «Unreal Engine» созданный компанией «Epic Games», желая полностью ограничить компанию от инструментала «App Store». «Epic Games» не согласившись с действиями компаний «Ar-

ple» подала иск против компаний, в котором говорится, что «Apple», занимая 100% рынка дистрибуций IOS-приложений, является монополистом, из-за чего водит необоснованные комиссии. Суд Северного округа штата Калифорния вынес предварительное решение, по данному спору которое в целом было, достаточно, компромиссным. Суд постановил, что компания «Epic Games» нарушила условия бесплатного размещения приложений в «App Store» в связи с чем «Apple» не обязана возвращать «Fortnite» в магазин. В тоже время решение «Apple» по удалению приложений, использующих движок «Unreal Engine», суд посчитал излишним и не относящимся к нарушениям правил магазина [1].

Следует отметить, что изначально «Epic Games» пытался договориться с «Apple» об уменьшении комиссий, а также выпуске аналога «App Store». По мнению автора действия компаний «Apple» по блокировке приложений, использующих движок «Unreal Engine», задевает интересы участников рынка не вовлеченных в спор. Так же запрет использования движка «Unreal Engine» для создания приложений на базе IOS нарушает условия обеспечения благоприятной конкурентной среды. Он был введён намеренно, чтобы ряд разработчиков, понимая, что, создавая свои приложения с использованием движка «Unreal Engine» им будет закрыт доступ в «App Store» отказались от него, с целью сохранить крупную долю рынка дистрибуций своего продукта. Отказ использования движка «Unreal Engine» разработчиками значительно уменьшил бы прибыль «Epic Games». Данные обстоятельства показывают, что решения «Apple» по удалению приложений, использующих «Unreal Engine», было ведено лишь для сокращения прибыли у потенциального конкурента.

Еще одно антимонопольное дело против компаний Apple открыто Европейской комиссией. Расследования касаются, в частности, обязательного использования собственной проприетарной системы покупок Apple в приложениях и ограничений на возможность разработчиков информировать пользователей iPhone и iPad об альтернативных более дешевых возможностях покупки вне приложений. Расследования продолжаются по отдельным жалобам «Spotify» и дистрибьютора электронных книг, аудиокниг о влиянии правил «App Store» на конкуренцию в потоковой передаче музыки и электронных книг, аудиокниг.

Исполнительный Вице-президент Маргрет Вестагер, отвечающая за политику в области конкуренции выразила опасения что, «Мобильные приложения коренным образом изменили способ доступа к контенту. «Apple» устанавливает правила для распространения приложений среди пользователей «iPhone» и «iPad». Похоже, что «Apple» получила «карт бланш», когда речь идет о распространении приложений и контента среди пользователей популярных устройств «Apple». Нам необходимо обеспечить, чтобы правила «Apple» не искажали конкуренцию на рынках, где «Apple» соперничает с другими разработчиками приложений, напри-

мер, с сервисом потоковой передачи музыки «Apple Music» или «Apple Books» [2].

Европейская Комиссия расследует, в частности, два ограничения, наложенные «Apple» в ее соглашениях с компаниями, которые желают распространять приложения среди пользователей устройств «Apple»:

Обязательное использование собственной проприетарной системы покупок внутри приложений Apple «IAP» для распространения платного цифрового контента. Apple взимает с разработчиков приложений комиссию в размере 30% от всех абонентских сборов через IAP;

Ограничения на способность разработчиков информировать пользователей об альтернативных возможностях покупки вне приложений. Хотя Apple позволяет пользователям потреблять контент, такой как музыка, электронные книги и аудиокниги, купленные где-то еще (например, на веб-сайте разработчика приложения), также в приложении, ее правила не позволяют разработчикам информировать пользователей о таких возможностях покупки, которые обычно дешевле.

По мнению автора, основная проблема заключается в том, что ограничения «Apple» могут помешать конкуренции за сервисы потоковой передачи музыки на устройствах «Apple». Конкуренты «Apple» либо решают полностью отключить возможность подписки в приложении, либо поднимают цены на подписку в приложении и передадут плату «Apple» потребителям. В обоих случаях им не разрешается информировать пользователей об альтернативных возможностях подписки вне приложения. Обязательство IAP также, по-видимому, дает «Apple» полный контроль над отношениями с клиентами ее конкурентов, подписавшихся в приложении, тем самым лишая своих конкурентов от важных данных о клиентах, в то время как «Apple» может получать ценные данные о деятельности и предложениях своих конкурентов.

В Российской Федерации с недобросовестной конкуренцией компаний «Apple» столкнулась «Лаборатория Касперского», обратившаяся в ФАС РФ. По мнению «Лабораторий Касперского» «Apple» вынудила урезать часть функционала приложения для родительского контроля «Kaspersky Safe Kids». Разработчики заявили, что «Apple» удаляет из «App Store» приложения с родительским контролем и функцией «Screen Time» для продвижения такой же функции на своих устройствах. «Apple» представила её в сентябре 2018 года.

В своем решении ФАС установил, что компания пользуется доминирующим положением на рынке, чтобы отклонять версии ПО других разработчиков что противоречит части 1 статьи 10 Федерального закона «О защите конкуренции» [3].

Приведенные выше события показывают, актуальность проблемы засилья монополий в сфере онлайн магазинов мобильных приложений. Дабы предотвратить распространения монополий в данной сфере депутат Федор Тумусов внес законопроект «О маркетплейсах». Законопроект предлагает

устранить монополию в сфере онлайн магазинов мобильных приложений за счет запрета ограничения владельцем операционной системы установки стороннего маркетплейса на определенную операционную систему [4]. Полагаем, данный законопроект соответствует «духу времени», так как на компьютерной операционной системе Apple mac ОС допускается устанавливать приложения из любого источника, а не только официального магазина Apple. Так же нормы, представленные законопроектом, не позволят создателем маркетплейсов вводить в правила магазина запреты на размещения приложений, в которые включены альтернативные способы оплаты, с целью не допустить на рынок конкурентов.

Список литературы

1. Epic Games Inc. v. Apple Inc., 20-cv-05640, U.S. District Court, Northern District of California (Oakland). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.courtlistener.com/docket/17442392/epic-games-inc-v-apple-inc/> [05.09.2020].
2. Antitrust: Commission opens investigations into Apple's App Store rules [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1073 [05.09.2020].
3. Решение по делу № 11/01/10-24/2019 от 28 августа 2020 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://br.fas.gov.ru/ca/upravlenie-regulirovaniya-svyazi-i-informatsionnyh-tehnologiy/b70e9d96-8d39-46f5-9d7d-342da95b354b/> [05.09.2020].
4. Законопроект № 1015918-7 «О маркетплейсе» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/1015918-7> [05.09.2020].

Почуева Д.С., магистрант гр. СУмоз-201
Бугрова С.М., к.э.н., доцент КузГТУ
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ № 1»

В современных условиях экономических рыночных отношений ключевым механизмом, определяющим эффективность функционирования предприятия, является конкуренция [3].

Конкурентоспособность предприятия — это способность противостоять на рынке изготовителям и поставщикам аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной потребности потребителей, так и эффективности производственной, маркетинговой и финансовой деятельности [4].

Проблема повышения конкурентоспособности российских предприятий с каждым годом становится все более актуальной. Особенно это касается строительной отрасли, которая не всегда имеет высокие барьеры для

входа на рынок потенциальных конкурентов, и большое количество мелких фирм заходит на данный рынок, создавая конкуренцию для уже существующих много лет предприятий [2].

ООО «Дорожно-строительное управление №1» создано с целью строительства и содержания автомобильных дорог областного и муниципального значения, а также строительства мостов, путепроводов и других искусственных сооружений.

Анализ финансовых результатов деятельности ООО за последние два года показал значительное уменьшение прибыли от продаж из-за превышения расходов над доходами, а значит и конкурентных преимуществ предприятия. Одним из основных элементов углубленного анализа финансового состояния, необходимых для оценки платежеспособности предприятия и принятия обоснованных управленческих решений, является анализ ликвидности баланса. Исходя из анализа, можно сделать вывод о недостаточной ликвидности ООО (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика коэффициентов ликвидности

Показатели	Значение показателей		Изменение (+, -)
	2017 год	2019 год	
Исходные данные, тыс. руб.			
Денежные средства	49	83	34
Дебиторская задолженность	30330	77944	45457
Оборотные активы	32487	110045	77558
Краткосрочные обязательства	41271	109555	68284
Запасы и затраты	1122	14836	13714
Относительные коэффициенты			
Коэффициент абсолютной ликвидности (1/4)	0,0012	0,00076	-0,00044
Коэффициент промежуточного покрытия (1+2/4)	0,736	0,712	-0,024
Коэффициент текущей ликвидности (3/4)	0,787	1,0044	0,2174

Коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности не соответствуют нормативным значениям, что указывает на отсутствие ликвидных средств по погашению краткосрочных обязательств.

Проблема выбора метода, используемого для оценки конкурентоспособности предприятия, является важным вопросом, так как должно учитываться большее количество факторов; предполагает сравнение с ее конкурентами, а это создает проблемы при получении информации [1].

Наиболее универсальным и оперативным методом анализа конкурентоспособности предприятия, на наш взгляд, является SWOT- анализ, позволяющий оценить сильные и слабые стороны предприятия в сравнении с угрозами и возможностями для него во внешней среде.

Сформированная для ООО «ДСУ №1» матрица SWOT-анализа (таблица 2) позволила выявить приоритетные проблемы, стоящие перед предприятием:

- увеличение себестоимости продаж;
- снижение чистой прибыли;
- наличие высокой дебиторской и кредиторской задолженности;
- наличие мощностей, нуждающихся в модернизации.

Таблица 2 – Матрица SWOT- анализа ООО «ДСУ №1»

Угрозы	Возможности
1. Наличие на рынке большого числа конкурентов. 2. Неблагоприятные изменения налоговой политики. 3. Рост налога на добавленную стоимость. 4. Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства. 5. Снижение и разрушение входных барьеров на строительный рынок из-за доступности финансовых ресурсов.	1. Снижение ставки кредита. 2. Использование новых технологий, применяемых в производстве работ. 3. Развитие рынка арендной недвижимости. 4. Рост востребованности новых видов услуг на строительном рынке. 5. Увеличение количества заказчиков.
Слабые стороны	Сильные стороны
1. Недостаток оборотных средств. 2. Несвоевременный расчет дебиторов. 3. Наличие высокой дебиторской и кредиторской задолженности. 4. Отсутствие СМК. 5. Необходимость модернизации технической базы. 6. Неэффективность использования трудовых ресурсов.	1. Наличие квалифицированного персонала. 2. Эффективный менеджмент (опытные руководители). 3. Высокое качество выполняемых работ. 4. Наличие лаборатории для постоянного контроля за производством работ. 5. Достаточный запас строительных материалов. 6. Собственное производственное оборудование и строительная техника.

Более подробный анализ показал, что для повышения конкурентоспособности ООО «ДСУ № 1», прежде всего, необходимы мероприятия по применению инновационных технологий, которые позволят уменьшить себестоимость продаж. Среди них можно предложить:

1) Организация производства щебня мелких фракций, вместо его закупки у поставщиков.

2) Применение битумных добавок в асфальтобетон.

Эффектом от внедрения данного мероприятия является снижение появления колеяности дорог; увеличение срока эксплуатации асфальтобетонного покрытия; уменьшение водонасыщения; повышение пластичности асфальта при пониженных температурах.

Расчет финансового результата от реализации вышеназванных мероприятий представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет динамики показателей конкурентоспособности от реализации проекта мероприятия, (тыс. руб.)

Показатель	Факт	После реализации мероприятий		
		организация производства щебня мелких фракций	применение битумных добавок в асфальтобетон	План
Объем реализации, тыс. руб.	149493	22330	7475	179298
Себестоимость	148868	12455	4500	165823
Чистая прибыль	359	7900	2380	10639
Срок окупаемости, месяцев	-	8	6	14

Как видно из расчетов, предлагаемые мероприятия будут способствовать более эффективному использованию ресурсов, росту объема продаж предприятия, что позволит повысить его конкурентоспособность.

Список литературы

1. Алексеенко А.А. Выбор стратегии управления предприятием на основе SWOT-анализа / А. А. Алексеенко. — Текст: непосредственный // Социальные науки. – 2017. – № 1. – С. 63 - 66.
2. Белова А.П., Бугрова С.М. Квазиконкуренция на рынке строительной отрасли// Сборник материалов XI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». – Кемерово, 2019.
3. Черноусова А.В., Бугрова С.М. Анализ подходов к сущности конкурентоспособности предприятия // Сборник материалов IX Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая». – Кемерово, 2017.
4. Шинкаренко Ю. В. Конкуренция в современной рыночной экономике / Ю. В. Шинкаренко. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2020. – № 14 (304). – С. 282-284. – URL: <https://moluch.ru/archive/304/68588/> (дата обращения: 29.08.2020).

Пудеян Любовь Овагемовна, старший преподаватель
Научный руководитель – Кушнарченко Татьяна Владимировна,
д.э.н., доцент, заведующий кафедрой
(Донской государственной технической университет, г. Ростов-на-Дону)

СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ И ИННОВАЦИОННЫЙ ОТКЛИК КАК ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

В условиях сильного негативного воздействия на российские регионы внешнеэкономического окружения, детерминируемого как высокой скоростью научно-технического прогресса, так и кризисными явлениями, в системе факторов достижения и поддержания конкурентоспособности регионов все более приоритетные позиции занимает сбалансированность инновационных процессов в их границах. Достижение указанной сбалансированности зависит от уровня инновационного отклика во всей системе отношений «центр-периферия», то есть как в центральных, так и в периферийных территориях региона. При этом, как правило, инициирование инноваций происходит в организациях (предприятиях) центральных территорий региона, поэтому ожидание инновационного отклика на эти инновационные инициативы следует ожидать на периферии.

Иными словами, для повышения конкурентных позиций сначала экономической системе региона предстоит достичь должного уровня сбалансированности и устойчивости, переводящего её в стабильное равновесное состояние, для чего необходимо предусмотреть меры реагирования её элементов на вероятные возмущения, продуцируемые инновациями. В этом контексте перед регионами ставится сложная задача равномерной реализации и распределения своего инновационного потенциала в значимых и приоритетных отраслях с учетом специфики и потребностей субъектов всех уровней таким образом, чтобы обеспечивать решение текущих проблем региональной экономики и устранение имеющихся диспропорций (разбалансированности социально-экономического развития территорий). Это позволит также одновременно создавать базу для выхода на качественно новый уровень развития, интеграции технологий прогрессивного уклада и глобального прогресса вне зависимости от турбулентности внешних условий. Решение описанных проблем должно базироваться на применении продвинутых методов среднесрочного и долгосрочного планирования и прогнозирования для подкрепления концептуальных положений и подготовки экономической системы к реализации внешних и внутренних рисков, сопряженных с инновационными процессами и инновационной деятельностью.

Поэтому в управлении экономикой региона в целеориентации на повышение ее конкурентных позиций возрастает значимость механизмов стратегического планирования, способных учитывать стремительную трансформацию экономической и технологической конъюнктуры.

В связи с этим усиливается необходимость оперировать не столько концептуальными и методологическими понятиями, сколько накопленным опытом долгосрочного прогнозирования, рассматривая реальные проблемы экономического развития российских регионов через призму будущего.

Несмотря на то, что пока инновационно-инвестиционный сценарий сбалансированного развития не является характерным для всех регионов страны и, возможно, не позволит достичь всех стратегических целевых показателей в полной мере в ближайшей перспективе, однако он представляется более реалистичным и менее стрессовым для национальной экономики в целом. В своем развитии России и её регионам стоит стремиться к достижению максимальных результатов модернизации возможно более короткие сроки, при этом инновационный вектор представляется базовым, качественное и структурное соответствие, которому даже при реальных результатах меньше планируемых, гарантирует сохранение положительной динамики и продвижение региональной экономики на новый уровень.

Ввиду выхода параметров окупаемости инноваций за среднесрочные пределы, устанавливаемые стандартным анализом рынка, основные преимущества инновационного сценария в динамике регионального экономического роста по сравнению с консервативным проявляются в долгосрочном горизонте.

Недопущение чрезмерного разрыва в уровнях экономического развития субъектов федерации имеет большое значение для поддержания стратегической конкурентоспособности российской экономики и обеспечения экономической безопасности страны. Инновационный сценарий предполагает развитие отечественного инновационно-технологического сектора вместе с сокращением регионального неравенства, однако успех его реализации во многом зависит от полноценности мобилизации внутренних резервов и источников экономического развития регионов России, их способности генерировать и внедрять в воспроизводственный процесс инновационные разработки. Это требует установления рациональных не только межрегиональных пропорций ресурсного обеспечения инновационного сценария, но и внутрирегиональных; беспрепятственной связи между ключевыми точками роста и каркасными матрицами инновационного развития (элементами которых являются крупные предприятия – драйверы инноваций и инновационно ориентированные малые и средние предприятия) и формирования каналов распространения генерируемых ими импульсов развития.

Кроме того, в пользу масштабного балансового соотношения возможно установление взаимовыгодных, прозрачных, доверительных отношений в процессах интеграции между бизнесом и государством, в организации каркасных взаимодействий механизма государственно-частного партнерства (ГЧП) в ходе реализации масштабных долгосрочных проектов.

Такой подход обусловлен необходимостью смещения основного внимания с отраслей на территории, что позволит более эффективно распределять средства и улучшит инвестиционный климат, а укрупнение муниципальных образований в мини-области упростит процесс управления регионом, обеспечивая рациональное использование потенциала его территорий в процессе гармоничного развития.

Концепция стратегии социально-экономического развития Ростовской области до 2030 года напрямую связывает благополучие и перспективы региона с оптимальностью и рациональностью структуры его опорного каркаса, учитывающего отраслевую специализацию территорий и согласующего концепцию полюсов роста со схемой перспективной системы расселения.

В силу специфики некоторых видов экономической деятельности, изначально подразумевающей масштабность и стабильность организаций, вовлеченных в них, секторы финансовой деятельности и государственного управления, обеспечения военной безопасности, социального обеспечения представлены в Ростовской области исключительно крупными и средними предприятиями.

Отмечается масштабность инфраструктурных проектов одновременно по охвату территории, количеству работ, срокам реализации, разнообразию участников (специализация, влияние), значимости проявляемого эффекта, осознаваемой на всех уровнях экономики. Соответственно, инфраструктурная сфера требует и в то же время обеспечивает соблюдение баланса интересов субъектов различных масштабов в рамках единого проекта, имеющего значимый долгосрочный эффект для всех вовлеченных и для экономики региона в целом. Долгосрочность инфраструктурных проектов также создает хорошую основу стратегического планирования и допускает их поэтапную реализацию в рамках более мелких проектов и тактических программ, единство цели и объективная значимость которых делает вклад в согласование стратегий различных уровней. Кроме того, должны быть установлены и скорректированы пропорции между необходимостью поддержки существующих инфраструктурных объектов, требующих регулярного мониторинга состояния и ремонта, и необходимостью нового строительства. Из приведенных положений видно, что инфраструктурной сферой затрагиваются все ранее обозначенные балансовые соотношения.

Качественно спланированные инфраструктурные проекты с правильно выбранной целью помогут создать перспективы мобильности трудовых ресурсов в направлении освоения периферийных территорий с большим инновационным потенциалом.

Вследствие этого реализация инвестиционного сценария развития региональной экономики сопровождается усилением роли инфраструктурных отраслей. Равномерная инфраструктурная обустроенность считается главным приоритетом и в регионах Юга России:

необходимость поддержания высокого уровня инфраструктурной обустроенности территорий в пространственной и временной перспективе подчеркивается всеми региональными стратегиями социально-экономического развития. Причем не только с точки зрения удовлетворения текущих потребностей обновления существующей инфраструктуры, но и формирования качественно новой. Это обусловлено тем, что наблюдаемая среди южнороссийских регионов неравномерность инфраструктурного развития приводит к фрагментарности модернизации и может стать препятствием на пути процесса набора прогрессивного темпа развития, создавая дополнительные риски при реализации инновационных проектов. Внимания требует также состояние основных фондов инфраструктурных компаний, ответственных за «прочность» экономического каркаса, особенно при наблюдаемом высоком уровне их износа в ряде отраслей. Последовательное решение проблем развития инфраструктуры будет способствовать интеграции периферийных хозяйственных систем в деловую и инновационную активность региона, инициируемую региональными центрами; взаимосвязанному развитию основных узловых элементов экономического каркаса с существенным синергетическим и мультипликативным эффектом.

В контексте комплексного рассмотрения проблемы идентификации условий и факторов взаимодействия субъектов инновационной сферы Краснодарского края важным моментом является определение интенсивности их экономических отношений, что позволит выявить структуры, нуждающиеся в стимулировании сотрудничества в рамках единой региональной инновационной системы (таблица 1).

Таблица 1 – Матрица интенсивности экономических отношений субъектов инновационной деятельности Краснодарского края*

Функции субъекта	Субъект	Уровень	Интенсивность																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Государственная поддержка инноваций	Органы власти и управления	Федеральный уровень	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1
		Региональный уровень	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1
		Муниципальный уровень	3	2	2	0	1	1	0	0	2	1	2	2	1	1	1	1	1
Проектные исследования	Научные организации, ВУЗы		4	2	1	0	2	2	1	0	0	2	1	0	2	0	0	0	
Прикладные исследования	Научные организации и проектные, ВУЗы	1 фаза ПИ	5	1	1	1	2	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	
		2 фаза ПИ	6	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	0
Опытно-конструкторские разработки	Проектные организации, ВУЗы, проектные	1 фаза ОКР	7	1	1	0	1	0	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0	
		2 фаза ОКР	8	1	2	2	0	0	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	0

	подразделения предприятий																			
Коммерциализация	Коммерческие предприятия и инновационные подразделения		9	2	2	2	0	0	1	0	2	2	2	2	1	2	2	2	1	
Хранение баз данных	Архивы		10	2	1	1	2	2	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Инфраструктурная поддержка	Предприятия инновационной инфраструктуры		11	2	2	2	1	0	2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	1
Инвестирование инноваций	Инвесторы инновационной сферы		12	2	2	2	0	0	1	0	2	2	0	2	1	2	2	2	2	2
Передача, купля, продажа инноваций	Рынок	Рынок научно-технических достижений	13	2	2	1	2	0	2	0	2	1	0	2	1	1	1	1	0	0
		Рынок конкурентоспособных инноваций	14	1	1	1	0	0	1	0	2	2	0	2	2	1	2	2	0	0
Инвестирование		Рынок инвестиций	15	1	1	1	0	0	1	0	2	2	0	2	2	1	2	2	0	0
Купля, продажа инноваций		Рынок наукоемких товаров, услуг	16	1	1	1	0	0	1	0	2	2	0	2	2	1	2	2	2	2
Потребление, оплата	Потребители	Потребители инновационных товаров, услуг	17	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	2	2

Обозначения: 2 – интенсивные экономические отношения, связи, интересы; 1 – менее существенные интересы, связи; 0 – отсутствие прямых интересов.

Из этого примера видно, что крайне слабо развито информационное взаимодействие субъектов инновационной сферы Краснодарского края, что связано с отсутствием единой информационной базы данных, интегрирующей в себе сведения о предприятиях инновационной инфраструктуры края, потенциальных и реальных инвесторах и т.д. Представляется, что такая система, аккумулирующая все составляющие элементы инновационно-инвестиционной инфраструктуры региона, будет способствовать созданию условий для повышения эффективности функционирования инновационного сектора края и повышения сбалансированности инновационных процессов в регионе.

Реброва Ирина Дмитриевна, студент гр. БЭс-164
 Рынзин Роман Викторович, студент гр. БЭс-164
 (Филиал КузГТУ в Междуреченске, г. Междуреченск)
 Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
 (КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ РОССИИ

Российский рынок услуг мобильной связи вступил в новый этап своего развития. Происходящие слияния и поглощения операторских компаний являются свидетельством того, что период экстенсивного развития телекоммуникаций завершен: операторы открывают для себя новый сегмент бизнеса, связанный с предоставлением абонентам широкого спектра услуг передачи данных [1; 2]. Об этом можно судить, сопоставляя статистические данные о динамике рынка мобильной связи в табл. 1 [3].

Таблица 1 – Динамика показателей рынка мобильной связи на начало года

Показатели	2018г.	2019г.	2020г.	Отклонение от 2019г.		Отклонение от 2018г.	
				сумма	%	сумма	%
Абонентские устройства мобильной связи, млн ед.	291,5	286,8	311,6	+24,8	-8,6	+20,1	+6,9
В том числе активных абонентов	225,0	226,6	241,9	+15,3	+6,8	+16,9	+7,5
Доля активных абонентов, %	77,2	79,0	77,6	-1,4	–	+0,4	–
Число активных абонентов мобильной связи, использующих услуги доступа в Интернет, млн	121,7	132,2	145,5	+13,3	+10,1	+23,8	+19,6

По представленным данным можно судить о расширении рынка мобильной связи России, что характеризуется ростом числа активных абонентов на 16,9 млн, или на 7,5 %, большая часть которого обусловлена 2019 годом, а также пользователей мобильного Интернета на 23,8 млн, или на 19,6 %, в том числе за 2019 год на 13,3 млн, или на 10,1 %.

Наряду с расширением зоны обслуживания и улучшением качества покрытия в развернутых сетях, все большее внимание уделяется расширению набора услуг, предоставляемых различным категориям абонентов. Ключевыми факторами успеха на рынке мобильной связи остаются низкая стоимость, качество, разнообразие тарифных планов. Экстенсивное развитие мобильной связи в России завершилось, и теперь главная задача, которая стоит перед операторами, – сохранить своего абонента, предлагая ему как можно больше новых возможностей использования мобильного телефона.

О тенденциях изменения конкурентной борьбы на рынке мобильной связи можно судить по данным рис.1, где сопоставлены поквартальные показатели поданных абонентами заявок на перенос номеров другим операторам и фактически перенесенных номеров с 4 квартала 2013 года – периода, в котором было введено в практику данное право абонента [4].



Рисунок 1 – Соотношение поданных и удовлетворенных заявок абонентов на перенос номеров операторами мобильной связи в 2013-2019 гг.

Из представленных данных следует, что в исследуемом периоде наблюдалось практически ежеквартальное нарастание числа как поданных, так и удовлетворенных заявок, причем со 2 квартала 2018 года их объемы стали нарастать более быстрыми темпами. Это указывает на усиление конкуренции среди операторов мобильной связи. Кроме того, отмечено увеличение разрыва между количеством поданных заявок на перенос номеров и количеством перенесенных номеров: если в 2014-2015 гг. он составлял 30-50%, то в 2019 – уже более 200 %.

Для оценки конкурентных преимуществ сравним тарифные планы 4 операторов, на долю которых сегодня приходится более 80 % рынка мобильной связи: МТС, Мегафон, Билайн и Теле2. Для этого исследуем тарифные планы с безлимитным мобильным интернетом (табл.2) и тарифы на сотовую связь без абонентской платы (табл.3), предлагаемые для региона г.Москва [5]. При исследовании конкурентных преимуществ по первому из перечисленных параметров выявлен лидер – оператор «Теле2» с безлимитными звонками внутри сети и наименьшей среди всех операторов–4 стоимостью sms. Конкурентными преимуществами других операторов мобильной связи по сравниваемым тарифам является значительное количество бесплатных sms (у МТС), большая длительность исходящих вызовов и безлимитная раздача Интернета на другие устройства (у «Мегафон»).

Таблица 2 – Сравнительный анализ тарифов сотовой связи операторов «большой четверки» с безлимитным мобильным интернетом

Показатели	МТС		Мегафон		Билайн		Теле2	
	Значение	Балл	Значение	Балл	Значение	Балл	Значение	Балл
Тариф	Тарифище		Включайся! Общайся		Анлим		Безлимит	
Абонентская плата в месяц	От 650 р.	1	600 р.	2	600 р.	2	600 р.	2
Исходящие вызовы, мин.	От 500	1	600	2	500	1	500	1
Звонки на «городские» номера	Из пакета	1	1,80 р.	0	1,80 р.	0	Из пакета	1
Безлимит внутри сети	Нет	0	Да, в пакете	1	Да, в пакете	1	Да, не в пакете	2
Количество sms в пакете	От 500	2	0	0	0	0	50	1
Стоимость sms	2 р.	0	1,80	1	2	0	1,50	2
Раздача Интернета	3 Гб free	1	Free	2	50 р./час.	1	Нет	0
Итого	6		6		5		9	

Сравнительный анализ условий тарифов без абонентской платы, предлагаемых операторами «большой четверки», показал существенные конкурентные преимущества у тарифа «Би+» компании «Билайн» с наименьшими из сравниваемых стоимостями sms-сообщений, внутрисетевых звонков и Интернета. Конкурентными преимуществами других операторов мобильной связи по сравниваемым тарифам являются низкая стоимость минуты при звонках на номера других операторов (у компании «Мегафон» для тарифа «Переходи на ноль»), а также оптимальные условия платы за 1 минуту внутри сети при длительных разговорах (тариф «Включайся! Открывай» компании «Мегафон»).

Таким образом, по результатам выполненного исследования можно заключить, что рынок мобильной связи в настоящее время четко структурирован между крупными операторами. Все они предлагают услуги в близких ценовых диапазонах, но при этом изучают занятые позиции каждого из конкурентов и предлагаемые ими условия и оперативно реагируют на их изменения, гибко подстраивая стоимость своих услуг под потребителей. Этим можно объяснить нарастающую интенсивность перехода абонентов от одного оператора к другому, что вызвано индивидуальными особенностями и целями использования мобильной связи, а также выбором, сделанным в пользу определенного оператора лицами, которые входят в круг его общения.

Таблица 3 – Сравнительный анализ тарифов сотовой связи операторов «большой четверки» без абонентской платы

Показатель		Стоимость мин. внутри сети	Стоимость минуты на другие номера	Стоимость sms внутри сети	Стоимость sms на другие номера	Стоимость 1 Мб Интернета	Итого
МТС							
Супер МТС	Значение	1,75	2,5	2,0	3,8	9,9	11
	Балл	3	3	2	3	0	
Мегафон							
Включайся! Открывай	Значение	6,0, со 2 мин. free	2,0	2,0	3,8	25 / 100 Мб	17
	Балл	5	4	2	3	3	
Переходи на ноль	Значение	1,2	1,5	3,0	3,9	25 / 100 Мб	14
	Балл	4	5	0	2	3	
Посекундный	Значение	3,0	3,0	1,95	4,0	9,9	4
	Балл	0	0	3	1	0	
Билайн							
Би+	Значение	5,0 за 100 мин / сутки	2,7	5 / 100 sms	5 / 100 sms	7 / 100 Мб	22
	Балл	6	2	5	5	4	
Посекундный	Значение	0,05 / сек.	0,05 / сек.	2,5	5,0	0,95	4
	Балл	1	1	1	0	1	
Теле2							
Классический	Значение	2,0	2,0	1,5	2,5	1,5	16
	Балл	2	4	4	4	2	

Список литературы

1. Конкуренентоспособность и тарифная политика ведущих операторов сотовой связи / Макаров В.В., Слущкий М.Г., Орлова А.О. URL: <https://esa-conference.ru/> (Дата обращения: 22.08.2020).
2. Improvement of a technique of the organization of management accounting in the chemical industry / Tyuleneva T.A. // European Applied Sciences. 2014. № 6. С. 84-94.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 22.08.2020).
4. Официальный сайт Центрального научно-исследовательского института связи. URL: <https://zniis.ru/> (дата обращения: 22.08.2020).
5. Сравнение тарифов операторов сотовой связи РФ. URL: <https://prooperatorov.ru/compare/> (дата обращения: 22.08.2020).

Самсонова Юлия Евгеньевна, студент гр. мЦТФ001.
Научный руководитель – Эзрох Юрий Семенович, д.э.н., профессор
(НГУЭУ, г. Новосибирск)

РОЛЬ АГЕНТСТВА ПО СТРАХОВАНИЮ ВКЛАДОВ И ФОНДА КОНСОЛИДАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В ПРОВЕДЕНИИ ПРОЦЕДУРЫ САНАЦИИ БАНКОВ В РОССИИ

Как известно из официальных источников Банка России, количество финансово неустойчивых банков за последние годы значительно возросло. Это подтверждается данными с официального сайта регулятора о массовом отзыве лицензий – в период с 01.01.2015 г. по 01.01.2020 г. количество действующих банков сократилось в два раза.

За период 2015-2017 гг. проводилась санация 82 кредитных организаций, на которую было затрачено суммарно 4,9 трлн руб. Только за 2017 г. на санацию 26 банков было выделено порядка 1,817 трлн руб., что составило 1,7 % от валового внутреннего продукта.

Из вышесказанного вытекает необходимость повышенного внимания за деятельностью тех банков, которые переживают сложности преобразования и финансовые проблемы.

Как известно, меры по предупреждению банкротства кредитных организаций (далее – КО) могут быть осуществлены либо собственниками банка самостоятельно, либо при участии Банка России или Агентства по страхованию вкладов (далее – АСВ).

ГК АСВ – это государственная корпорация, которая создана в 2004 г. на основании Закона № 177-ФЗ «О страховании вкладов в банках РФ» от 23 декабря 2003 г. (далее – Закон № 177-ФЗ) для осуществления ряда функций по обязательному страхованию вкладов [2].

Согласно Закону № 177-ФЗ, создание ГК АСВ обусловлено следующими целями:

- защита прав и законных интересов граждан;
- укрепление доверия к национальной банковской системе;
- стимулирование привлечения сбережений граждан в банковскую систему страны [5].

Согласно статье 189.49 Закона № 127-ФЗ АСВ может осуществлять следующие мероприятия по предупреждению банкротства КО:

- оказывать финансовую помощь проблемному банку;
- организовывать торги по продаже имущественной собственности, которая выступает обеспечением исполнения обязательств КО;
- исполнять функции временной администрации по осуществлению управленческой деятельности КО;
- осуществлять иные меры [6].

При санировании проблемных банков законодательством предусматривается как привлечение заинтересованных инвесторов, так и

выделение финансовых ресурсов государства. Ввиду этого АСВ из средств бюджета РФ предоставляется имущественный взнос в размере 200 млрд руб., а также предусматривается выдача Банком России АСВ кредита и использование денежных ресурсов Фонда консолидации банковского сектора (далее – ФКБС).

Согласно статистическим данным с официального сайта Агентства, на 01.02.2020 г. общий объем выделенного финансирования на санацию КО, с учетом погашения суммы основного долга, равен 1 153,55 млрд руб., из которых:

- 1 084,31 млрд руб. – денежные средства Банка России;
- 2,59 млрд руб. – имущественный взнос Банка России в Агентство;
- 66,65 млрд руб. – имущественный взнос РФ в АСВ.

По данным на 01 февраля 2020 г. АСВ осуществляет санацию 17 коммерческих банков с привлечением инвесторов [9].

Банки, в которых АСВ завершило процедуру санации, представленные в Приложении А, позволяют сделать вывод об эффективности проведенного финансового оздоровления. Из 32 банков лицензия отозвана без последующей реорганизации лишь у двух банков. Остальные действуют по сей день в форме присоединения к более устойчивым банкам.

Однако возникла необходимость создания нового механизма санации КО из-за недостатков деятельности АСВ.

«Кредитный» механизм санации коммерческих банков действовал до 2017 г. до принятия Федерального закона № 84-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [3]. Основные положения Закона включают в себя следующие изменения:

- к ранее существующим процедурам санации добавлен новый инструмент – докапитализация регулятором проблемного банка прямым способом;
- создание ФКБС (полностью подконтролен ЦБ РФ, уставный капитал 1,5 млрд руб.);
- создание Управляющей компании Фонда консолидации банковского сектора (далее – УК ФКБС) [1].

Внесенные изменения связаны в первую очередь с тем, что Банк России не удовлетворен функционированием АСВ, а также банковской деятельностью самих saniруемых банков, которые надеются на государственную финансовую поддержку [4].

Вводя в действие новый механизм санирования, регулятор, в первую очередь, добивался минимизации затрат на проведении процедуры финансового оздоровления и увеличения эффективности контроля за ними.

Во-вторых, новым механизмом регулятор исключает фактор зависимости санации от финансового состояния банка-инвестора.

И, наконец, внедряя новый механизм, регулятор преследовал цель создания равной конкурентной среды для проблемных и «здоровых»

кредитных организаций [7].

Основная роль ФКБС заключается в следующем:

- приобретение акций проблемных КО;
- предоставление им субординированных кредитов (или иных кредитов, размещение вкладов, предоставление банковских гарантий);
- приобретение в собственность имущества или имущественных прав проблемных КО;
- оказание проблемным банкам и инвесторам прочей финансовой помощи.

После приобретения регулятором акций (долей), имущества, имущественных требований по субординированным кредитам, вкладам, банковским гарантиям – они передаются на доверительное управление в УК ФКБС. По окончании процедуры санирования указанные выше акции (доли), а также имущество КО продается ЦБ РФ с молотка по цене, которую он определит исходя из размера капитала санлируемого банка [4].

УК ФКБС выполняет следующие функции [8]:

1. Анализ финансового состояния КО, выполнение функций временного управления КО.
2. Реализация мер, которые направлены на прямую докапитализацию проблемного банка и выполнение функции единоличного исполнительного органа КО после.
3. Осуществление доверительного управления приобретенными Банком России акциями, имуществом, правами требования.
4. Участие в применении долгового механизма финансового оздоровления аналогично действующему порядку участия АСВ в реализации мероприятий по финансовому оздоровлению.

Все перечисленные изменения помогают ЦБ РФ уйти от механизма санации проблемных банков – через Агентство, которое выступает в качестве посредника при санации.

Новый механизм оздоровления банков дает регулятору возможность совместно с УК ФКБС напрямую докапитализировать санлируемый банк в необходимом объеме и обеспечить непрерывность деятельности КО.

Чтобы полномасштабно оценить эффективность нового механизма санирования КО, необходимо дождаться осуществления конечного этапа процедуры – продажи оздоровленного банка, то есть возврата, вложенного ЦБ РФ финансирования.

В целом можно сказать, что действующий в настоящее время механизм справляется со своими задачами: он способствует стабильному функционированию банковской системы страны, предотвращая возможную нестабильность на финансовом рынке, и позволяет реально оздоровить санлируемую кредитную организацию и спасти привлеченные ею денежные средства.

Список литературы

1. Федеральный закон «О Центральном банке РФ (Банке России)». [Электронный ресурс]: ФЗ от 10.07.2002 № 86-ФЗ. (ред. от 01.05.2019) – «Консультант Плюс» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/
2. Федеральный закон «О страховании вкладов в банках Российской Федерации» [Электронный ресурс]: ФЗ от 23.12.2003 № 177-ФЗ – «Гарант» URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/12133717/paragraph/707082/highlight/%D1%84%D0%B7%20177:1>
3. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]: ФЗ от 01.05.2017 № 84-ФЗ – «Гарант» URL: <http://base.garant.ru/71666858/>
4. Самсонова Ю.Е., Эзрох Ю.С. Некоторые вопросы оценки механизма санации коммерческих банков // Наука. Технологии. Инновации. Сборник науч. трудов в 9 ч. / под ред. Гадюкиной А.В. – г. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2019. С. 215–218.
5. Эзрох Ю.С. Реструктуризация банков и банковских: учеб. пособие / Ю.С. Эзрох; Новосиб. гос. ун-т экономики и управления. – Новосибирск: НГУЭУ, 2016. – 406 с.
6. Эзрох Ю.С. Эволюция института санации банков в России // Экономика. Бизнес. Банки. – 2018. – № 1 (22). – С. 21–42.
7. Новый механизм финансового оздоровления кредитных организация (cbr.ru) [Электронный ресурс] URL: https://www.cbr.ru/Press/press_centre/events/2017-06-19.pdf
8. Оздоровление банков (asv.org.ru) [Электронный ресурс] URL: <https://www.asv.org.ru/sanation/>
9. Отчеты о деятельности Агентства по страхованию вкладов (asv.org.ru) [Электронный ресурс] URL: <https://www.asv.org.ru/agency/#annual>

Серова Евгения Николаевна, студент гр. Ю-460
Научный руководитель – Тихомирова Анжелика Витальевна,
к.ю.н., доцент кафедры ПКиЭП ЮУрГУ
(ЮУрГУ «НИУ», г. Челябинск)

ОТДЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ В СВЯЗИ С ПРОЯВЛЕНИЕМ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПРАКТИКИ ФАС

Весной 2020 года в связи с распространением коронавирусной инфекции Российская Федерация ввела ограничительные меры, которые заключались в ограничении перемещения лиц, установлении социальной дистанции, закрытии мест массового скопления людей и иные. Вышеуказанные меры оказали негативное воздействие на сферу предпринимательства. Во избежание убытков хозяйствующие субъекты по всему миру стали

предпринимать различные действия для получения прибыли, которые не всегда соответствовали нормам закона.

Согласимся с мнением президента Комиссии по конкуренции Греции Яниса Лианоса, который сказал: «В условиях пандемии важно собирать и обрабатывать информацию, обращать внимание на возникновение картелей, бороться с завышением цен» [1].

Обратимся к практике антимонопольной службы России. Челябинское УФАС 21 мая 2020, проверив жалобы граждан, обнаружило признаки нарушения антимонопольного законодательства и заподозрило торговые сети «Магнит» и «Spar» Челябинской области в картельном сговоре с целью повышения цен на гречневую крупу. Зафиксированная сотрудниками антимонопольного органа торговая надбавка на гречневую крупу «Экстра» в сети «Spar» составляла до 356%, «Магнит» – 230%. В иных регионах вышеуказанные торговые сети аналогичных надбавок не зафиксировано [2]. Результатом проверки УФАС по Челябинской области стало снижение данными торговыми сетями надбавки до 38%. В Челябинской области произошла иная практика, указывающая на недобросовестность предпринимателя, УФАС по Челябинской области возбудила дело в отношении торговой сети «Монетка». Вышеуказанная торговая сеть ввела в заблуждение покупателей, объявив о скидках на цены на имбирь, но стоимость товара со скидкой в торговой сети «Монетка» равнялась стоимости аналогичного товара без скидки в иных торговых сетях [3].

В Ростовской области 21 мая 2020 года Ростовское УФАС России возбудило дело в отношении ООО «Биофарма», ООО «Компания «Органика» и ООО «Социальная аптека б», которые заключили антиконкурентное соглашение для реализации дезинфицирующего средства. Антимонопольный орган провел проверку, в ходе которой было выявлено необоснованное повышение цен. В аптечном пункте «Хлоргексидин биглюконат 0,05%» дезинфицирующее средство реализовывалось по цене 129 руб. в то время как отпускная цена производителя составляет 14,40 руб. [4].

В Забайкальском крае 27 апреля антимонопольный орган возбудил дело в отношении трех торговых точек, выявив повышение розничных цен на ржаной и белый хлеб на 20% [5]. При этом объективных причин для роста цен у розничных продавцов не было.

В период пандемии не только предприниматели в розничной купле-продаже, но и онлайн сервисы злоупотребляли своим доминирующим положением на рынке. Например, ряд онлайн-сервисов ivi, Avito, ЦИАН, и иные обратились в ФАС с жалобой на действия онлайн сервиса «Яндекс». Ключевая претензия компаний касается интерактивного формата в поисковой выдаче, который позволяет пользователям искать билеты, квартиры и т. д., без перехода на отдельную страницу, поэтому иные поисковики теряют прибыль [6].

Вышеуказанная практика указывает на нарушения антимонопольного законодательства со стороны предпринимателей, а конкретно статьи 11, 14 ФЗ о «О защите конкуренции» [7].

Аналогичные действия среди хозяйствующих субъектов были распространены и ранее, но в период пандемии они представляют собой повышенную опасность, ряд предпринимателей ограничен в своих действиях, поэтому в некоторых отраслях экономики конкуренция отсутствует, и потребитель вынужден приобретать продукцию у недобросовестного предпринимателя. Из этого следует, что заключение антиконкурентных соглашений, объявление о несуществующих акциях, необоснованное повышение цен противоречат требованиям добропорядочности, что является одним из признаков недобросовестной конкуренции.

Изложенная практика, показывает, что ФАС активно пресекает действия недобросовестных предпринимателей. Однако перед российским законодателем появляется проблема, поиска превентивных мер, которые бы предупреждали появление аналогичной практики. В указанных случаях предприниматели выполнили требования ФАС, но не все предприниматели являются добросовестными, а также не обо всех ситуациях становится известно антимонопольной службе. Согласно российскому законодательству за нарушение антимонопольного законодательства предусмотрена административная и уголовная ответственность. Но практика доказывает, что это не является препятствием для предпринимателей, когда они осуществляют недобросовестную конкуренцию. Повышение размера наказания не является гарантией уменьшения количества недобросовестных предпринимателей, так как вероятность выявления нарушений очень низкая. Поэтому наиболее эффективным решением проблемы будет являться мониторинг нарушений, для этого необходимо облегчить порядок обращений граждан в ФАС. Предлагаем внедрить платформу на сайт ФАС, которая упростит порядок обращений граждан. Используя эту платформу, каждый потребитель сможет описать проблему отправить адрес предпринимателя, и фотографию её подтверждающую, затратив на свои действия не более 5 минут. В таком случае служащим ФАС будет легче определить правонарушителя. Необходимо начать разработку нового нормативного акта в форме указа президента или постановления правительства, в котором указать подробный перечень товаров, стоимость которых, во время пандемии или иного чрезвычайного происшествия, запрещено повышать. За нарушение норм данного закона установить административную ответственность в виде административного приостановления деятельности на срок до окончания пандемии. Этот вид наказания мы предлагаем, потому что наименее строгий вид наказания не останавливает предпринимателя от совершения недобросовестных действий, а приостановление деятельности влечет прекращение получения прибыли, что не является выгодным для предпринимателя в период пандемии.

Таким образом, необходимо указать, что прошедшая пандемия выявила главную проблему того, что наличие закона и ответственности за его нарушение не является препятствием для недобросовестных действий со стороны предпринимателей во время пандемии. Низкая вероятность выявления правонарушений, несоответствующий размер наказания не останавливает представителей крупного от нарушений антимонопольного законодательства. Поэтому для решения проблемы необходимо не только ужесточить наказание, но и использовать современные технологии для предупреждения правонарушений антимонопольного законодательства.

Список литературы

1. Эксперты обсудили антимонопольное регулирование в условиях пандемии [Электронный ресурс] // URL: <https://cljournal.ru/news/19516/> - [05.09.2020].
2. Челябинское УФАС России возбудило дело о сговоре торговых сетей «Магнит» и «SPAR» [Электронный ресурс] // URL: <https://chel.fas.gov.ru/news/29537> – [04.09.2020].
3. Челябинское УФАС готовит дело на «Монетку» за «скидки» на имбирь [Электронный ресурс] // URL: <http://chelyabinsk-news.net/society/2020/06/24/253525.html>- [05.09.2020].
4. УФАС: цена на хлоргексидин необоснованно выросла почти в 9 раз, возбуждено дело [Электронный ресурс] // URL: <http://rostov.fas.gov.ru/news/10818> – [04.09.2020].
5. ФАС возбудила дело о картеле продавцов хлеба [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.zab.fas.gov.ru/node/13011>– [04.09.2020].
6. Онлайн-сервисы пожаловались на «Яндекс» в ФАС. Поисковик якобы продвигает свои продукты [Электронный ресурс] // URL: <https://www.9111.ru/questions/77777777950239/> [05.09.2020].
7. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ // СЗ РФ.2006. № 31. Ст. 3434.

Синицына Екатерина Валерьевна, студентка
Научный руководитель – Паращук Сергей Анатольевич, к.ю.н., доцент
(МГУ имени М.В. Ломоносова, г. Москва)

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ РЫНКОВ

В настоящее время мир вступил в новую эпоху, которая характеризуется качественным изменением экономической сферы общественной деятельности и именуется цифровой экономикой. Цифровизация экономики привела к неизбежным модификациям в содержании и форме рынков и перераспределению власти на них. Для того, чтобы сохранить баланс рыноч-

ной власти, необходимо адаптировать антимонопольное регулирования к вызовам современных реалий.

Наиболее наглядно изменение ситуации можно проследить, обратившись к статистике. Так, в 2009 году в список десяти самых крупных компаний мира входили главным образом индустриальные, сырьевые компании, а также компании, специализирующиеся в области финансов. Лишь одной компании из цифрового сектора (Microsoft) удалось занять почётное место в этом рейтинге. По состоянию на 2018 год половину лидеров указанного рейтинга составили именно технологические компании, причем первые три места распределили между собой такие компании, как Apple, Alphabet и Microsoft [4]. Организация экономического сотрудничества и развития указала, что в рамках цифровой экономики функционируют особые цифровые рынки, которые способствуют облегчению процессов продажи товаров и оказания услуг [13]. Новые цифровые рынки существенным образом отличаются от традиционных товарных рынков. Поэтому многие подходы, которые были бы действенными в отношении обычных материальных рынков, будут нерелевантными применительно к рынкам, где господствуют технологии и инновации [12]. Итак, на цифровых рынках товары реализуются исключительно на просторах сети Интернет; они могут быть проданы только в цифровом виде. Доход цифровых корпораций может обратиться в деньги и быть получен по совершенно разным линиям контактов между корпорацией и пользователями. Человек, желающий зарегистрироваться и проводить время в той или иной социальной сети, не обязан платить за эти свои действия. Однако это не помешает цифровым гигантам заработать на присутствии подписчиков в их социальной сети, поскольку последние будут использованы в целях рекламы [8]. На цифровых рынках субъект, предоставляющий товары и услуги, взаимодействует с потребителем не напрямую, а через особые платформы агрегаторов. Например, когда человек бронирует номер в отеле, он взаимодействует с агрегатором.

Сейчас новообразовавшимся компаниям всё сложнее выходить на рынок и развиваться в связи с тем, что на нём преобладают конгломераты, концентрирующие в своих руках значительный объём рыночной власти и всё увеличивающие количество поступающих к ним в руки доходов [2]. В 2016 году Всемирный банк в своём докладе обратил внимание на то, что от набирающей обороты цифровизации экономики материальную выгоду получает узкая группа лиц [14]. Такое явление получило название цифрового неравенства. Его суть заключается в том, что у разных субъектов неодинаковые возможности для получения сведений, знаний и методов функционирования в век цифровых технологий [11]. По этой причине представляется целесообразным уделить особое внимание действенному применению мер антимонопольной политики для того, чтобы предотвратить окончательную монополизацию современных рынков и сохранить наличие конкурентной среды на них.

В Российской Федерации антимонопольная регламентация экономики, сложившейся в век цифровых технологий, – молодое явление. Оно зародилось в 2017 году и было связано с делом Федеральной антимонопольной службы против компании Google [1]. Заева Е.А. в своём интервью заметила, что, несмотря на то, что антимонопольные нарушения в целом остались прежними, уполномоченным органам требуется модернизировать свои подходы и видоизменить их таким образом, чтобы они отвечали вызовам цифровой экономики [5].

Первая проблема, с которой сталкиваются антимонопольные органы в процессе анализа цифровых рынков, является то, что подходы, которые применяются в отношении товарных рынков, здесь не работают. В Приказе Федеральной антимонопольной службы №220 от 28.04.2010 обозначены конкретные критерии, которые позволяют определить географические границы традиционного рынка [7]. Эти показатели нельзя автоматически транслировать на анализ состояния цифровых рынков, поскольку в данном случае товары будут продаваться с помощью серверов на просторах сети Интернет, которая распространяется на весь земной шар [6]. Поэтому представляется рациональным применять иные подходы при оценке цифровых рынков. В качестве нового критерия можно предложить, например, количественный показатель ориентированности продажи товара лицам, проживающим в той или иной местности.

Следующая проблема, которую автор настоящей статьи считает нужным выделить, является вопрос определения барьеров входа на рынок. В качестве такового можно рассматривать, например, концентрацию в руках субъекта большого количества данных, потому что уже этот факт позволяет ему ущемлять права других участников рынка.

Далее стоит уделить внимание такому аспекту, как определение объёма рынка, существующего в эпоху цифровой экономики, а также установление долей его участников, ведь стандартные методы, применяемые к обычным товарным рынкам, здесь не работают. Релевантным представляется расширить число применимых в данном случае показателей, включив их перечень, например, число «уникальных» лиц, которые используют тот или иной электронный сервис.

Кроме того, согласно положениям Федерального закона «О защите конкуренции» [10] в России действуют антимонопольные иммунитеты в отношении исключительных прав, смысл которых заключается в нераспространении положений о злоупотреблении доминированием своим положением на рынке на действия субъектов, связанные с реализацией таких прав [3]. Эта проблема стоит остро на повестке дня, поскольку этот недостаток отечественного законодательства приводит к тому, что IT компании, обладающие исключительными правами на технологии и цифровые платформы, постепенно устанавливают свою монополию на соответствующем рынке. В связи с этим представители антимонопольного сообщества предложили отменить указанные иммунитеты в принципе. Однако их

предложение не нашло однозначного одобрения экспертов, которые заявили, что сначала необходимо определить конкретные области рынка, где наблюдается проблема злоупотребления рыночным положением в связи с обладанием и реализацией интеллектуальных прав, а только затем применять к ним соответствующие нормы.

Новые вызовы требуют новой законодательной базы. В связи с этим 9 мая 2017 года был издан Указ Президента № 203 [9]. Более того, для воплощения положений данного Указа в жизнь Правительством России была принята специальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Также Президиумом Федеральной антимонопольной службы был одобрен находящийся в разработке так называемый пятый антимонопольный пакет. В нём нашли отражение положения, касающиеся нововведений относительно новых оценок конкурентного анализа рынка (способность воздействовать на рынок благодаря владению данными или инфраструктурой; определение значимости цифровых эффектов), а также нововведения, касающиеся антимонопольного контроля за экономической концентрацией (в частности, увеличение объёма сделки до 7 млрд. рублей для целей осуществления контроля за экономической концентрацией).

Для успешной борьбы с нарушениями на рынках инноваций антимонопольной службе необходимо актуализировать свою деятельность не только на уровне внесения изменений в законодательство и принятия новых нормативно-правовых актов, но и разработать различные программы, которые помогут уличить лиц, посягающих на права и законные интересы других субъектов цифрового рынка. Такая работа уже началась. Например, с помощью специального сервиса «Большой цифровой кот» удалось выявить более 90 картельных сговоров на электронных площадках, где проводятся торги.

Стоит отметить тот факт, что однозначно отлаженных подходов к антимонопольному регулированию в отношении цифровых рынков создано не было. Поэтому Антимонопольной службе приходится на практике, в процессе разрешения реальных дел разрабатывать стратегию реагирования на правонарушения, совершаемые на цифровых рынках. Так было, например, в деле Федеральной антимонопольной службы в отношении компании Google. Не менее известными кейсами является пресечение уполномоченным органом антиконкурентных практик таких компаний, как Apple, Microsoft.

В заключение хочу отметить, что для сохранения и повышения уровня конкуренции в условиях современных рынков инноваций необходимо: внести коррективы в антимонопольные нормативно-правовые акты; регламентировать вопросы интеллектуальной собственности в области конкуренций и монополий; разработать новые формы ответа на ранее неизвестные разновидности антимонопольных правонарушений, а также совокупность приёмов и методов по осуществлению действий контрольного характера за функционированием иностранных организаций.

Список литературы

1. Антимонопольное регулирование в цифровой экономике [Электронный ресурс] // URL: <https://tass.ru/pmef-2017/articles/4271268> (дата обращения: 06.09.2020).
2. Иванов А.Ю. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики: первая часть дискуссии о пятом антимонопольном пакете. «Закон», 2018, № 2.
3. Касымов Р.Ш. Контроль монополизации в условиях цифровой экономики. «Конкурентное право», 2019, № 4.
4. Конференция Организации Объединённых Наций по торговле и развитию [Электронный ресурс] // URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciclpd54_ru.pdf (дата обращения: 06.09.2020).
5. О конкуренции алгоритмов, больших данных и первых цифровых кейсах [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/content/interviews/2055> (дата обращения: 07.09.2020).
6. Писенко К.А., Гаспарян Э.Г. Актуальные вопросы правового обеспечения антимонопольной политики на цифровых финансовых рынках «Финансовое право», 2018, № 8.
7. Приказ ФАС России от 28 апреля 2010 г. N 220 «Об утверждении Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2010. 23 августа. № 34.
8. Румак В. В цифровой сфере ограничений традиционного мира не существует, и это необходимо учитывать [Интервью с А.Н. Голомолзиным] // Закон. 2017. № 12. С. 6 - 15.
9. Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. N 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» // СЗ РФ, 15.05.2017, N 20, ст. 2901.
10. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3434.
11. Цариковский А.Ю., Иванов А.Ю., Войниканис Е.А., Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху: как защищать конкуренцию в условиях глобализации и четвертой промышленной революции: монография. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2019. 2-е изд., испр. и доп. 392 с.
12. Чем характерны взаимоотношения на цифровых рынках? [Электронный ресурс] // URL: <https://fas.gov.ru/news/27358> (дата обращения: 07.09.2020).
13. Competition Committee of Organisation for Economic Cooperation and Development: The Digital Economy. 2012 // Competition Law & Policy. 2013. Feb. 7. URL: <http://www.oecd.org/daficompetition/The-DigitalEconomy-2012.pdf>.

14. World Development Report 2016: Digital Dividends. URL: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016> (дата обращения: 06.09.2020).

Слюзкина А.А., магистрант гр. ФКмз-201
Научный руководитель – Шилова Анна Эдуардовна, к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

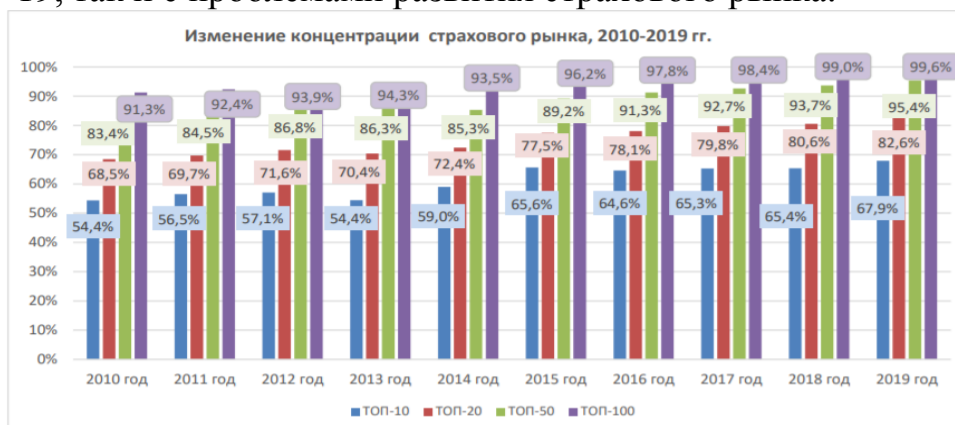
КОНКУРЕНЦИЯ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ

Страховой рынок – часть финансового рынка, на котором продаются и покупаются услуги по страхованию [5].

Страхование – вид экономической деятельности, непосредственно связанный со снижением или перераспределением рисков между физическими и юридическими лицами (страхователями) и специализированными организациями (страховщиками) [6]. Страховщики обеспечивают аккумуляцию страховых взносов и выплаты страхователям в наступления страхового случая.

Для развития страхового рынка, повышения качества услуг и расширения предоставляемых продуктов необходимо поддерживать здоровый рынок конкуренции. Конкуренция на рынке считается эффективной, если «индекс концентрации четырёх крупнейших компаний ниже 40% с нестабильными рыночными долями и гибким ценообразованием. Входные барьеры низкие, уровень прибыли невысок» [7].

Проблема ухода мелких и средних компаний на страховом рынке начала проявляться еще с начала 2010 года, когда концентрация на страховом рынке ТОП-100 компаний достигла 91,3%. По состоянию на 2019 года данное значение достигло 99,6%, т.е. по сути страховой рынок в России базируется на ТОП-100 компаниях. К концу 2020 года данный показатель скорее всего составит практически 100%. Эта ситуация обусловлена как ухудшившейся экономической ситуацией в мире, связанной с пандемией COVID-19, так и с проблемами развития страхового рынка.



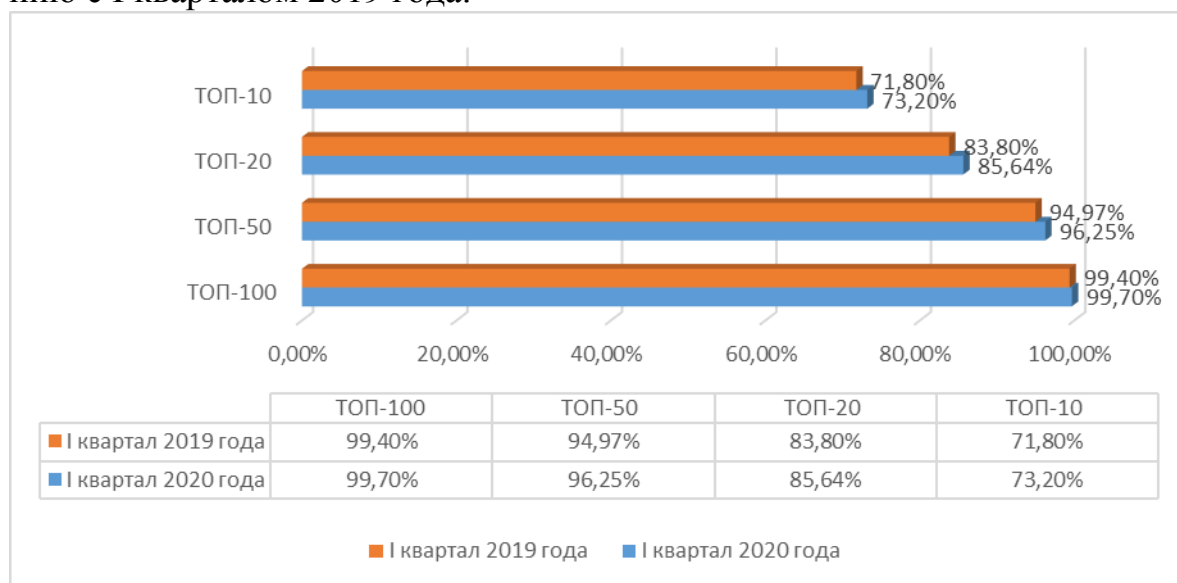
Источник: расчеты НРА по данным Банка России

Начиная с 2017 года, на компании ТОП 51-100 приходится меньше 10% премий. Это свидетельствует о том, что компаниям ниже ТОП 50 сложно выдерживать конкуренция на страховом рынке.



Источник: расчеты НРА по данным Банка России

Так, концентрация рынка в I квартале 2020 года выросла по сравнению с I кварталом 2019 года:



Источник: составлено автором самостоятельно на основе данных предоставленных НРА

Объем премий в I квартале 2020 года по сравнению с I кварталом прошлого года вырос на 12,6% до 426,3 млрд рублей. Положительную динамику показали премии по всем видам, кроме страхования финансовых и предпринимательских рисков, страхования грузов, страхования воздушного транспорта [3].

Однако за повышением спроса в I квартале последует резкое снижение спроса во II квартале, во-первых, из-за мирового кризиса, связанного с пандемией COVID-19, а во-вторых, из-за падения цен на нефть. В среднесрочной перспективе ожидается сокращение премий практически по всем

видам страхования, но стоит обратить внимание на то, что повышение спроса на личное страхование будет поддерживать страховой рынок.

Положительным моментом для страхового рынка является снижение ЦБ ключевой ставки до исторического минимума. Вслед за снижением ключевой ставки последует снижение доходности по депозитам, что приведет к увеличению интереса к инвестиционному страхованию жизни.

Исходя из всего выше перечисленного можно сделать вывод, что концентрация страхового рынка усилится. Компании за пределами ТОП-100 с большей вероятностью покинут рынок, из-за экономического кризиса клиенты будут искать более надежные страховые компании, что приведет к еще большему падению спроса на страховые услуги мелких и средних страховщиков. Это свидетельствует о том, что конкуренция на страховом рынке продолжит уменьшаться, т.е. на страховом рынке в РФ в ближайшее время стоит ожидать роста масштаба бизнеса страховых компаний.

Проблемы дальнейшего развития мелких и средних страховых компаний связаны со следующими факторами:

1. Зависимость страхового рынка от банковских каналов продаж.
2. Необходимость сохранения положительной рентабельности в условиях превышения темпов роста выплат над темпом роста премий.
3. Снижение спроса на страховые продукты.
4. Экономические последствия, связанные с пандемией COVID-19.

Список литературы

1. Аналитический обзор. Страховой рынок России в 2019 году. [Электронный ресурс]. // Национальное рейтинговое агентство. – Режим доступа: http://www.ranational.ru/sites/default/files/Insurance_Russia_2019_Report_26032020_0.pdf (дата обращения 10.09.2020).
2. Аналитический обзор. Страховой рынок России в 2018 году. [Электронный ресурс]. // Национальное рейтинговое агентство. – Режим доступа: http://www.ranational.ru/sites/default/files/analitic_article/Аналитический%20обзор-%20страховой%20рынок%20-2018.pdf (дата обращения 10.09.2020).
3. Аналитический обзор страхового рынка за I квартал 2020 года. [Электронный ресурс]. // Национальное рейтинговое агентство. – Режим доступа: http://www.ranational.ru/sites/default/files/Review%20Insurance%201Q2020_July%202020_NRA.pdf (дата обращения 10.09.2020).
4. Ретроспективный обзор страхового рынка: есть ли будущее у региональных игроков? [Электронный ресурс]. // Национальное рейтинговое агентство. – Режим доступа: <http://www.ra->

national.ru/sites/default/files/analytic_article/Research_2012-2018.pdf (дата обращения 10.09.2020).

5. Страховой рынок [Электронный ресурс]. // Ассоциация российских банков. – Режим доступа: https://www.banki.ru/wikibank/_strahovoy_ryinok/ (дата обращения 10.09.2020).

6. Насырова Г. А. Эффективная конкуренция на страховом рынке // Современная конкуренция. 2013. № 5 (41). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnaya-konkurenciya-na-strahovom-rynke-1> (дата обращения: 10.09.2020).

7. Гришин П.А., Цыганов А.А. Анализ факторов эффективности банкостраховой группы // Финансы. 2007. № 9.

Спиридонова Александра Игоревна, магистрант гр. ЗЭЭ19-10МГМУ
Научный руководитель – Смирнова Татьяна Анатольевна,
к.э.н., доцент
(ФГАОУ ВО «СФУ», г. Красноярск)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Конкуренция в образовательной среде является достаточно новой темой в научных кругах и, прежде всего, это связано с вопросами развития рынка образовательных услуг, предпринимательства в образовании, управления учебными заведениями различных образовательных уровней и их интеграционными процессами.

В 2010 президент Российской Федерации Дмитрий Анатольевич Медведев в рамках национальной образовательной инициативы «Наша новая школа» акцентировал внимание общества на том, что современная школа должна соответствовать целям опережающего инновационного развития экономики и социальной сферы, обеспечивать рост благосостояния страны и способствовать формированию человеческого потенциала. То есть школа – важный элемент в системе развития страны, главными задачами которого являются раскрытие способностей каждого ученика, воспитание выпускников, которые смогут самостоятельно ставить и достигать серьёзных целей, умело реагировать на разные жизненные ситуации [1].

В условиях решения этих стратегических задач одним из важнейших качеств личности становится готовность обучаться в течение всей жизни [1]. При реализации концепции непрерывного образования роль учреждений общего образования изменилась: со второстепенной, предшествующей профессиональному образованию до роли, определяющей особенности последующих ступеней. Это произошло по следующим причинам:

1) общество признало важность школы в жизни человека при формировании качеств, востребованных в современном мире;

2) общество признало социально-культурной значимость непрерывного образования, поскольку происходит формирование личности с гражданской позицией (воспитательный процесс в школе);

3) отмечен дефицит специалистов среднего звена, «старение» рабочих кадров и возможности получения профессиональной подготовки в рамках среднего общего образования с перспективой дальнейшего выстраивания профессиональной траектории;

4) общество признало влияние «качества» выпускника школы на «качество» студента ВУЗа.

Развитие конкурентных отношений в образовательной сфере обусловлено, в том числе, появлением новых игроков на рынке образовательных услуг – негосударственных учебных заведений, т.е. рыночная трансформация системы образования проявилась в становлении негосударственного сектора. Это связано, в первую очередь, с законодательным закреплением положения о том, что образовательные учреждения по формам собственности могут быть государственными, муниципальными и негосударственными.

Негосударственные образовательные учреждения появились в начале девяностых годов как альтернатива существовавшей государственной системе образования, которая переживала кризисные явления, связанные с противоречиями между обновленными требованиями общественной жизни к человеку вообще и школьнику в частности и неактуальным содержанием и организацией жизни, форм, методов воспитания и обучения в школе.

Таблица 1 – Характеристика частного сектора в сфере образования [2]

Год	Число негосударственных ОУ, ед.	Доля негосударственных ОУ в общей численности ОУ, %	Численность обучающихся в негосударственных ОУ, тыс. чел.	Доля обучающихся в негосударственных ОУ в общей численности обучающихся в ОУ, %
1995/1996	525	0,76	45,8	0,21
1999/2000	607	0,90	53,4	0,26
2002/2003	683	1,04	68,0	0,37
2004/2005	708	1,12	70,2	0,43
2009/2010	680	1,32	71,2	0,53
2014/2015	781	1,78	99,9	0,70
2018/2019	851	2,06	123,7	0,77

За годы рыночных преобразований произошел существенный рост негосударственного сектора в сфере общеобразовательных услуг (см. табл. 1). По данным таблицы количество частных ОУ увеличилось с 525 ед. (1995 г.) до 851 ед. (2018 г.). Рост числа негосударственных школ более чем на 60 % обусловлен увеличением спроса на услуги образовательных коммерческих организаций. Наблюдается более существенный рост (на 170 %) численности обучающихся в частных ОУ. Современные родители

ждут от образовательных организаций индивидуального подхода к каждому ребенку, более комфортных условий для обучения и более высокого качества образования. На рисунке 1 представлены причины, согласно которым родители сделали выбор в пользу негосударственной школы.



Рисунок 1 – Ответы родителей на вопрос, по каким причинам для своего ребенка они выбрали эту школу, 2016 г., % [3]

Несмотря на тенденцию роста спроса на услуги коммерческих ОУ наблюдается существенная дифференциация в региональном распределении услуг по доле негосударственного сектора в сфере образования (табл. 2). Так, на начало 2018-2019 учебного года в целом по России доля негосударственных ОУ составила 2,06 %, при этом лидером оказалась Москва со значением показателя 17,9 %, а самый низкий охват услугами представлен в Красноярском крае – 0,9 % (из представленной выборки). Это, по мнению автора, объясняется неравными условиями развития конкурентной среды в частном образовательном секторе в разных регионах.

Таблица 2 – Характеристика частного сектора в сфере образования в региональном разрезе [2]

	Доля негосударственных ОУ в общей численности ОУ	Доля обучающихся в негосударственных ОУ в общей численности обучающихся в ОУ
Россия	2,06	0,77
Москва	17,9	2,43
Московская область	7,4	1,84
Санкт-Петербург	7,6	1,32
Красноярский край	0,9	0,24
Новосибирская область	1,7	0,58
Омская область	1,8	0,58

При этом, по мнению автора, можно выделить два основных фактора, которые определяют развитие негосударственного сектора в образовании:

- проводимая государственная политика в отношении частных школ, определяющая уровень благоприятствования развитию частной инициативы в отрасли;

- экономическое благосостояние граждан, которое определяет платежеспособность населения, а, следовательно, и их возможности воспользоваться услугами частного образования.

По мнению автора, органам государственной власти необходимо проводить политику, поддерживающую конкурентные отношения, поскольку именно конкуренция способствует развитию и совершенствованию отрасли, стимулирует прогресс, повышает качество предоставляемых общеобразовательных услуг.

В качестве мер, способствующих развитию конкурентных отношений можно использовать следующие:

- предоставление льготных тарифов на электрическую и тепловую энергию;

- установление пониженной ставки земельного налога в отношении тех участков, которые заняты объектами образования;

- введение ограничений родительской платы («потолок»), основанные на принципе «справедливости»;

- введение облегченной системы оплаты образовательных услуг для потребителей: для братьев-сестер; для детей из малообеспеченных семей система 20-часового бесплатного посещения (заимствование из опыта Норвегии в дошкольном образовании).

Меры государственного регулирования конкурентных отношений на рынке общеобразовательных услуг являются неотъемлемой составляющей повышения их качества. Важное условие государственного регулирования процесса оказания общеобразовательных услуг – прозрачность информации для потребителя. В этом случае пользу получают все участники рынка общеобразовательных услуг: от основных потребителей (учеников) до общества в целом.

Список литературы

1. Наша новая школа [Электронный ресурс]: Национальная образовательная инициатива от 04.02.2010 г. № Пр-271 // Информационно-правовой портал «Гарант». – Режим доступа: <http://base.garant.ru/6744437/>
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: // центральная база статистических данных. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210>.
3. Частные школы России: состояние, тенденции и перспективы развития. Аналитический доклад / Л. Н. Духанина, Т. А. Мерцалова, А. А.

Беликов, Р. В. Горбовский, С. И. Заир-Бек, Ю. А. Матюненко; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Институт образования. – М.: НИУ ВШЭ, 2019. – 80 с. – 200 экз. – (Современная аналитика образования. № 3 (24)).

4. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс] // Бюллетень о сфере образования: Развитие негосударственного общего образования в России. – июнь, 2018. – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/files/publication/a/17323.pdf>

Старокожева Галина Ивановна, к.э.н.,
доцент кафедры государственного и муниципального управления
(ВолГУ, г. Волгоград)

ОБ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКАХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ

Согласно теории конкурентоспособности региональным органам власти важно создавать достаточно прибыльные виды деятельности в тех сферах и отраслях, где конкурентные преимущества региона или потенциал для их создания наиболее высоки. Однако для сглаживания социально-экономической асимметрии при выборе источников конкурентных преимуществ актуальным становится подход к региону как социуму [1]. Подход к региону как социуму акцентирует внимание на воспроизводстве социальной жизни населения, образовании, здравоохранении, культуре, окружающей среде, качестве жизни населения, открывая зависимость положения людей от внерыночных факторов согласно концепции «внешних эффектов» [2].

Именно поэтому, сегодня актуальны и востребованы исследования в области понимания процессов, происходящих в обществе и природе, развития природоподобных технологий, управления климатом и экосистемами, а также исследования, связанные с этическими аспектами технологического развития, изменениями социальных, политических и экономических отношений.

Большая часть исследователей отмечает, что эта важная с практической точки зрения и сложная в теоретическом плане проблема, носящая межотраслевой характер, не имеет достаточной научной разработанности [3].

Уделяя большой интерес исследованию всех аспектов конкурентных возможностей при пространственной организации административно-территориальных образований и отраслевых секторов, на периферии внимания ученых и органов управления остаются вопросы о месте и роли в этих конструкциях территорий с особым охранным статусом.

Несмотря на то, что в каждом регионе на ООПТ зарезервированы запасы уникальных, характерных только для этого региона, ресурсов, их

конкурентные возможности редко рассматривается региональными органами управления при планировании социально-экономического развития [4]. Вероятно, по этим причинам концепция рационализации использования особо ценных с точки зрения наличия средообразующего ресурса территорий региона способом развития такого вида территориально-организованной подсистемы как ООПТ, на региональном уровне до сих пор не сложилась.

Система особо охраняемых природных территорий (далее: ООПТ) в границах большинства субъектов представляют собой совокупность разрозненных охраняемых объектов различных категорий в большинстве своем регионального уровня подчинения. Отсюда региональные власти самостоятельно решают противоречия в системе "ресурсы - использование - проблемы" [5]. Недооценка природно-ресурсного потенциала охраняемых территорий как возможного источника конкурентных преимуществ при пространственном планировании развития регионов приводит к углублению деформации нормального рыночного механизма и возникновению эффектов перелива, приводящих к росту совокупных общественных издержек [6]. Между тем, при определенных усилиях ООПТ могут стать источником повышения конкурентоспособности регионов.

В этой связи при планировании развития региона следует учитывать исследования, которые предполагают совершенствование механизма формирования и развития конкурентных преимуществ в стратегии управления природно-ресурсным потенциалом региональной системы ООПТ на основе, например, программно-целевого подхода [7].

Программно-целевой подход является важным в реализации непривлекательного для частных инвестиций, но требующего использования значительных средств направления, как поддержка экосистемного развития [8]. Результаты SWOT- и PEST-анализа конкурентных возможностей элементов региональной системы ООПТ становятся базовым источником для составления заявок для получения финансовой поддержки из государственных источников.

Так же актуальны и маркетинговый подход для решения задач партнерских отношений на различных уровнях (государственно-частное партнерство, межрегиональные, национальные, межгосударственные программы и проекты, гранты международных организаций) [9].

Разработка прикладной части должна быть ориентирована на формирование совокупности элементов, методов и инструментов управления, обеспечивающих конкурентные преимущества природно-ресурсного потенциала охраняемых территорий региона как структурного элемента экологического каркаса единой социо-природно-хозяйственной системы [10] с целью ее экологически безопасного воспроизводства, с учетом хозяйственного освоения и многоуровневой системы управления ООПТ. Для этого требуется тщательный анализ теоретических положений

и методологических подходов к исследованию совокупности отношений, возникающих в процессе формирования, функционирования, развития ООПТ.

Реализация предлагаемого подхода предполагает выявление адекватных инструментов формирования и развития конкурентных преимуществ в стратегии управления природно-ресурсным потенциалом региональной системы ООПТ.

Список литературы

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: 2006, Издательский дом ГУ-ВШЭ. Москва.
2. Доклад «О состоянии окружающей среды Волгоградской области в 2018 году». 2019, ООО «Принт-2», Ижевск.
3. Иншаков О.В. Стратегирование социально-экономического развития региона: научное обоснование и актуализация модели. Региональная экономика. Юг России. 2018. № 1 (19), С. 23-43.
4. Иншаков О.В. Экономическое пространство и пространственная экономика. Размышление над новым экономическим журналом/ Д.П. Фролов // 2005. Экономическая наука современной России, №. 4 (31), С. 174–180.
5. Климанова О. А. Экологический каркас крупнейших городов Российской Федерации: современная структура, территориальное планирование и проблемы развития/ Е. Ю. Колбовский, О. А. Илларионова// Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле. 2018. Том. 63, №. 2. С. 127-146.
6. Mitrofanova I.V. Specially protected natural areas of regions of the Southern Federal District of Russia: Specificity of approaches to management and conservation/ G.I. Starokozheva, E.A. Shkarupa, V.V. Batmanova, I.A. Mitrofanova, A.B. Tlisov // Revista Galega de Economia. 2016. Vol. 25. №. 3, pp. 57-68.
7. Портер М., Конкуренция. Вильямс, Москва. 2002.
8. Сычева И.Н. Ключевые детерминанты конкурентных преимуществ региона: методологические подходы/ Е.С. Пермякова, В.Д. Усенко // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. №.3. С. 75-81.
9. Тишков А.А. Сто лет методологии территориальной охраны природы России (К 100-летию заповедного дела). 2017. Известия Российской академии наук. Серия географическая. №. 1. С. 8-19.
10. Чибилёв (мл.) А.А. Современное состояние и проблемы модернизации природно-экологического каркаса регионов степной зоны европейской России / А.А. Чибилёв // Юг России: экология, развитие. 2019. №.14 (1). С. 117-125.

Степанова Оксана Валерьевна, Леготина Елена Владимировна,
магистранты гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна,
доцент кафедры финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

Конкуренция между физическими и юридическими лицами является одним из основных условий эффективного функционирования рыночной экономики, обеспечивающим снижение транзакционных издержек потребителей, производство наиболее качественных товаров и услуг, стимулирование инновационного процесса в компаниях, минимизацию издержек на производство и оплату труда [1]. Принимая во внимание эти и другие преимущества развития конкуренции в стране правительством России был разработан план на 2018-2020 годы, в результате реализации которого нарушения антимонопольного законодательства должны снизиться не менее чем в 2 раза к 2020-ому году по сравнению с 2017-ым годом. При этом важно заметить, что в некоторых случаях в погоне за получением конкурентных преимуществ компании начинают злоупотреблять возможностями рыночной экономики, что, в свою очередь, приводит к возникновению и развитию различных форм недобросовестной конкуренции. Поэтому изучение недобросовестной конкуренции, ее выявления и методов борьбы с ней является актуальной и интересной работой.

Ограниченность ресурсов является основной предпосылкой возникновения соперничества за возможность их использования, потребления лучших видов ресурсов в требуемом количестве, т.е. конкуренции [4].

Действующее в России законодательство определяет конкуренцию как соперничество между отдельными хозяйствующими субъектами, в процессе которого принимаемые ими решения и действия препятствуют одностороннему воздействию каждого из них на совокупные условия и возможности обращения товаров на рынке. Ограничение действий может происходить не только в рамках закона, но и в рамках этики ведения бизнеса.

Принятые 22.03.1991 года законы № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» и № 117-ФЗ «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» были обобщены и нашли свое отражение в Федеральном законе от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», который определяет правовые и организационные основы конкуренции. В рамках данного закона определены меры по предупреждению и пресечению действий монополий и недобросовестной конкуренции, а также основы обновления правовых норм по регулирова-

нию конкурентных отношений как на товарных, так и на финансовых рынках.

В 9-ом пункте данного закона приведено определение недобросовестной конкуренции [7] как «... любых действий хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащих законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причиняющим убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам, либо наносящим вред их деловой репутации».

Таким образом, можно выделить следующие характеристики недобросовестной конкуренции:

- 1) присутствие действия группы лиц или хозяйствующего субъекта;
- 2) акцент действия на приобретение преимуществ во время предпринимательства;
- 3) противоречие данного действия существующему законодательству, а также этическим нормам;
- 4) нанесение вреда, репутационных потерь, а также материальных убытков конкурирующего хозяйствующего субъекта.

Глава 2.1 данного закона полностью посвящена недобросовестной конкуренции и в ней выделены следующие виды недобросовестной конкуренции, запрещенные законом: дискредитация; введение в заблуждение; некорректное сравнение, приобретение и использование исключительного права на средства индивидуализации юридического лица средства, индивидуализации товаров, работ или услуг в некорректных целях; некорректное использование результатов интеллектуальной деятельности; создание смешения; незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну.

Кроме данных видов недобросовестной конкуренции, определенных законодательством, можно выделить такие формы, как демпинг, тайный сговор, ненадлежащая реклама, коррупция в деловых целях, фальсификация финансовых отчетов, промышленный шпионаж, неправомерное использование технологического ноу-хау конкурентов, бойкотирование товаров или услуг другой фирмы, переманивание сотрудников, поощрение разрыва и нарушения договоров, заключенных между конкурентами и их партнерами, подкуп клиентов конкурентов, нелегальное использование запатентованных технологий конкурентов и др.

Наиболее широкое распространение в мире получила такая форма недобросовестной конкуренции, как фальсификация или прямое заимствование товарных знаков. Зачастую недобросовестные компании подделывают товарные знаки таким образом, чтобы они ассоциировались в сознании потребителей с товарами или услугами конкурирующей фирмы, пользующимися спросом среди потребителей.

В условиях глобализации мировой экономики проблема недобросовестной конкуренции становится все более насущной. Парижская конвенция и национальные законодательства стран являются основными регулирующими правовыми нормами, дающими право на защиту против недобросовестной конкуренции.

Во 2-ом пункте 10-ой статьи Парижской Конвенции сформулировано определение недобросовестной конкуренции, являющееся международным определением данного понятия, согласно которому любой акт конкуренции, вступающий в противоречие с честными обычаями в промышленности и торговли, является актом недобросовестной конкуренции [2].

В 3-ем пункте 10-ой статьи рассматриваемой Конвенции конкретизированы запрещенные виды деятельности:

1) действие, в результате которого клиент одного предприятия может принять товары и услуги данного предприятия за товары и услуги конкурирующей фирмы;

2) использование ложных утверждений в процессе коммерческой деятельности, выставляющих конкурирующую фирму в невыгодном свете в глазах потребителя;

3) применение во время коммерческой деятельности обозначений и указаний, вводящих клиентов в заблуждение касательно характеристик, способа изготовления, пригодности товара или услуги.

В таблице 1 можно увидеть положение правовых актов, регулирующих недобросовестную конкуренцию в законодательстве разных стран [2].

Таблица 1 – Положение нормативно-правовых норм, регулирующих недобросовестную конкуренцию, в законодательстве разных стран

№	Страны	Нормы, регулирующие недобросовестную конкуренцию
1	Япония, США, Канада	Часть антимонопольного законодательства
2	Франция, Германия, Италия, Польша, Португалия	Самостоятельная ветвь гражданского и административного регулирования
3	Нидерланды	Единые положения об ответственности за неправомерное поведение
4	Швейцария, Австрия, Испания, Греция Скандинавские страны,	Специальные законы

Не существует единого мнения о мерах противодействия недобросовестной конкуренции. Поэтому имеет смысл рассмотреть и проанализировать подходы различных авторов. Результаты проведенного анализа научных трудов специалистов, изучавших проблемы защиты от недобросовестной конкуренции, можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 – Классификация методов противодействия недобросовестной конкуренции

№	Авторы	Методы противодействия недобросовестной конкуренции
1	К.Ю. Тотьев [6]	судебная, административно-правовая защиты
2	С.Н. Кондратовская [5]	юрисдикционный и неюрисдикционный способы
3	А.Н. Варламова [3]	административно-правовые, гражданско-правовые и уголовно-правовые санкции

Принимая во внимание, что недопросовестная конкуренция зачастую сопряжена с нарушением прав другого хозяйствующего субъекта, можно прийти к выводу, что защита гражданских прав, перечисленных в ст. 12 ГК РФ, является мерой противодействия и пресечения недобросовестного конкурентного поведения [4].

Совокупность мер правового, экономического и управленческого характера может обеспечить компании защиту от недобросовестной конкуренции. Среди основных мер можно выделить следующие:

- Разработка конкурентной стратегии;
- Анализ внешней среды организации и своевременное выявление случаев недобросовестной конкуренции;
- Разработка и внедрение внутренних программ по защите от промышленного шпионажа;
- Внедрение внутренней системы информационной безопасности, в частности защиты интеллектуальной собственности, ноу-хау через патентование и лицензирование;
- Своевременное взаимодействие с правоохранительными органами в случае нарушения прав компании со стороны конкурирующих фирм.

Для защиты правообладателю необходим следующий алгоритм действий [8]:

1. Собрать доказательства и документы, подтверждающие регистрацию товарных знаков, введение в оборот спорных товаров, подтверждающих конкурентные отношения и возможность (или факт) причинения убытков.

2. Составить и направить претензию заказным письмом с уведомлением для досудебного урегулирования спора с требованием прекратить незаконные действия и выплатить компенсацию.

3. В случае отказа – направить обращение в антимонопольный орган с приложением всех копий собранных документов (доказательств), заверенных надлежащим образом.

4. На основании решения, постановления антимонопольного органа подать иск в суд о нарушении исключительных прав правообладателя, об

изъятии из оборота и уничтожении за счет нарушителя контрафактных товаров, а также о выплате компенсации.

Список литературы

1. Алешин Д.А., Артемьев И.Ю., Борзило Е.Ю., Сушкевич А.Г. Конкурентное право России: учебник. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 391 с.
2. Арсентьев В.П. Недобросовестная конкуренция: национальное и международное регулирование. - Марийский юридический вестник. Выпуск 1, 2010, - 8.
3. Варламова А.Н. Правовое обеспечение развития конкуренции: Учебное пособие, 2010. – 301 с.
4. Дозорцев А. Конкуренция несправедливая. – Мир. – 1997. – № 4. – с. 29.
5. Кондратовская С.Н. Правовые проблемы пресечения недобросовестной конкуренции на товарных рынках: монография, 2007. – 140 с.
6. Тотьев К.Ю. Конкуренция и монополии. Правовые аспекты регулирования: Учебное пособие. – М.: Юристь, 1996. – 151 с.
7. Федеральный закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
8. Недобросовестная конкуренция глазами Кемеровского УФАС России URL: <https://kemerovo.fas.gov.ru/analytic/24457> (дата обращения 14.08.2020).

Степанова Анна Владимировна, к.ю.н, доцент
Медведева Людмила Николаевна, д.э.н., профессор
Водопьянова Наталья Александровна к.э.н., доцент
(Волжский политехнический институт (филиал) ВолгГТУ, г. Волжский)

АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОМПЛАЕНС- КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДЛЯ БИЗНЕСА

Идея антимонопольного комплаенса пришла к нам с запада, одновременно с приходом в Россию иностранных форм бизнеса. Данный процесс совпал с развитием отечественного антимонопольного законодательства.

Сейчас правовое регулирование мероприятий в сфере антимонопольного комплаенса осуществляется многочисленными источниками российского права:

- Федеральным законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [1];
- Федеральным законом от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ «О противодействии коррупции»;

- Распоряжением Правительства РФ от 16 августа 2018 г. № 1697-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по развитию конкуренции в отраслях экономики Российской Федерации и переходу отдельных сфер естественных монополий из состояния естественной монополии в состояние конкурентного рынка на 2018 - 2020 годы»;
- Распоряжением Правительства РФ от 18 октября 2018 г. № 2258-р «Об утверждении Методических рекомендаций по созданию и организации федеральными органами исполнительной власти системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства»;
- Приказом Минтруда России от 30 ноября 2018 г. № 762 «Об организации системы внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства Российской Федерации в Министерстве труда и социальной защиты Российской Федерации»;
- Письмом ФАС России от 25 февраля 2019 г. № СП/13794/19 «О разъяснении вопросов, связанных с внедрением ОИВ субъектов РФ антимонопольного комплаенса»;

- Приказом ФАС России от 18.03.2020 № 289/20 «Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период до 2030 г.» (протоколом Президиума ФАС России от 03.07.2019 № 6);

- Указом Президента РФ от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» определено в качестве основополагающих принципов государственной политики по развитию конкуренции в том числе "стимулирование хозяйствующих субъектов, в том числе занимающих доминирующее положение на товарных рынках, внедряющих систему внутреннего обеспечения соответствия требованиям антимонопольного законодательства» и др. [2-4].

Антимонопольный комплаенс представляет собой многоэтапную процедуру, состоящую из множества организационных процессов, осуществляемых специальными службами предприятия. Среди основных этапов федеральный закон от 01.03.2020 № 33-ФЗ называет:

1. Практическая реализация антимонопольного комплаенса осуществляется специально созданной комплаенс-службой, а также юридической службой, бухгалтерией, внутренним аудитором совместно с руководителем комплаенс-службы. Кроме того, в процессе реализации антимонопольного комплаенса активное участие принимают органы управления предприятия.

Для разработки должностной инструкции комплаенс-контролера в сфере антимонопольных рисков необходимо использовать профстандарт специалиста по конкурентному праву.

2. В организации проводят анализ деятельности и выявляются антимонопольные риски. Проводятся:

- поиск рискованных зон путем выявления нарушений при осуществлении деятельности, подпадающей под антимонопольное регулирование.

- оценка деятельности предприятия на товарном и иных рынках на предмет соответствия их антимонопольному законодательству;
- обобщение всех антимонопольных рисков и разграничение их по степени опасности.
- анализ вероятности и последствий идентифицированных опасных событий с учетом наличия и эффективности применяемых способов управления антимонопольными рисками;
- анализ источников опасных событий, их положительных и отрицательных последствий и вероятностей появления этих событий (при этом должны быть идентифицированы факторы, влияющие на вероятность события и его последствия).

3. Принимаются локальные акты, комплаенс-политики и программы предприятия, которые в совокупности должны содержать (ч. 2 ст. 9.1 Закона о защите конкуренции):

- требования к оценке рисков нарушения антимонопольного законодательства, связанных с деятельностью организации;
- меры по снижению этих рисков;
- меры контроля за функционированием антимонопольного комплаенса;
- порядок ознакомления работников с внутренним актом (актами);
- информацию о должностном лице, ответственном за антимонопольный комплаенс.

4. Сведения о принятии (применении) актов потребуется разместить на сайте компании на русском языке.

5. Если организация хочет убедиться, что локальные акты соответствуют антимонопольному законодательству, она может направить их в ФАС России. В течение 30 дней ведомство рассмотрит документы и даст заключение об их соответствии или несоответствии требованиям антимонопольного законодательства (ч. 5, 6 ст. 9.1 Закона о защите конкуренции) [5-8].

На основании принятых мер гарантируется:

- предотвращение и недопущение антимонопольных рисков;
- повсеместное, то есть на всех уровнях, внедрение в деятельность хозяйствующего субъекта антимонопольного комплаенса.

Отметим, на результат антимонопольного комплаенса влияет привлечение к ответственности работников, допустивших антимонопольные риски. Данные меры позволяют существенно снизить количество нарушений антимонопольного законодательства со стороны работников предприятия. Отметим, что есть ощутимый плюс от внедрения систем антимонопольного комплаенса для бизнеса. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 01.03.2018 № 213 утверждены критерии отнесения деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих экономическую деятельность, к категориям риска при осуществле-

нии государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства Российской Федерации.

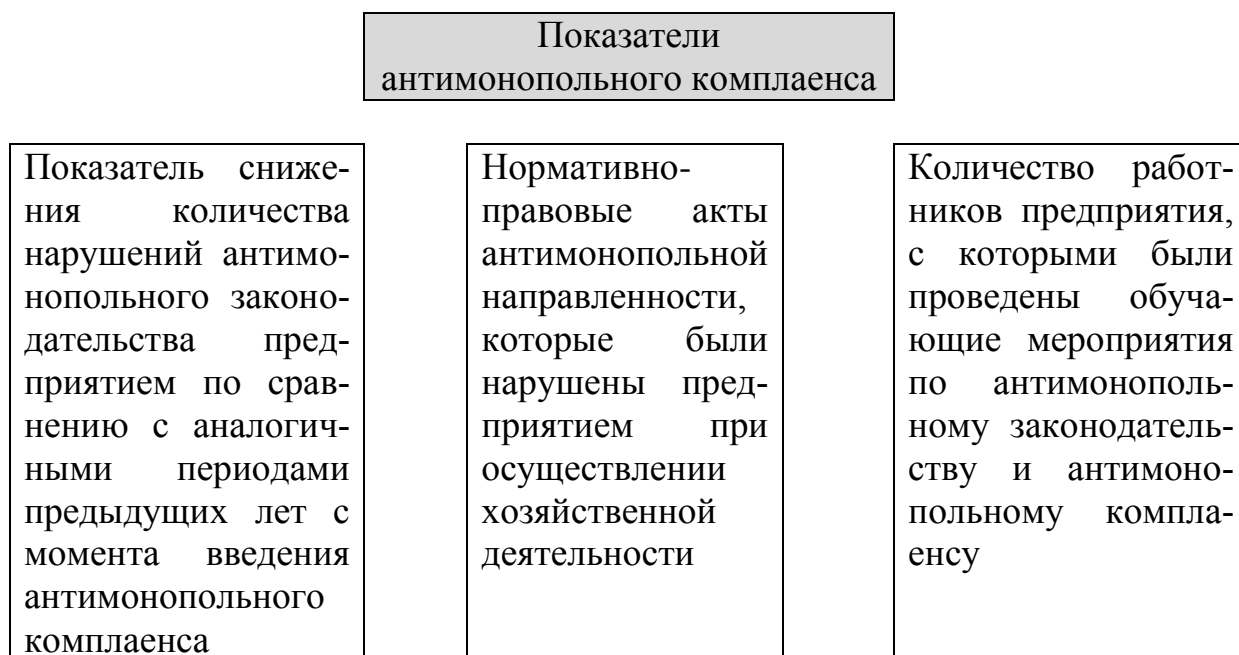


Рисунок 1 – Ключевые показатели антимонопольного комплаенса

Одним из критериев снижения степени риска по данному Постановлению является «функционирование у хозяйствующего субъекта в течение не менее одного года на день принятия решения о присвоении (изменении) категории риска **системы правовых и организационных мер, направленных на соблюдение таким хозяйствующим субъектом требований антимонопольного законодательства Российской Федерации, предусмотренной внутренним актом (актами) хозяйствующего субъекта либо другого лица из числа лиц, входящих в одну группу лиц с хозяйствующим субъектом, если такие внутренние акты применяются к хозяйствующему субъекту**».

Многие компании уже внедрили в свои процессы систему антимонопольного комплаенса. И этот процесс идет активными темпами.

В заключении скажем: очень важно на данном этапе правильно обозначить приоритеты и ввести способы государственного стимулирования внедрения мероприятий по предупреждению рисков нарушения антимонопольного законодательства.

Список литературы

1. Федеральный закон от 01.03.2020 № 33-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» Собрание законодательства РФ», 02.03.2020, N 9, ст. 1125 // «Российская газета», № 45. – 03.03.2020
2. Постановление Правительства РФ от 01.03.2018 № 213 «Об утверждении критериев отнесения деятельности юридических лиц и индивидуаль-

ных предпринимателей, осуществляющих экономическую деятельность, к категориям риска при осуществлении государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 05.03.2018

3. Указ Президента РФ от 21.12.2017 № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (вместе с «Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации на 2018 - 2020 годы») // Собрание законодательства РФ», 25.12.2017. – № 52 (Часть I), ст. 8111

4. Стратегия развития конкуренции и антимонопольного регулирования в Российской Федерации на период 2013 - 2024 гг. (утв. Президиумом ФАС России 03.07.2013) // <http://www.consultant.ru>

5. Варламова А.Н. Правовые средства осуществления антимонопольного комплаенса // Конкурентное право. 2019. № 1. С. 5 – 9.

6. Крымкин В.В. Антимонопольная комплаенс-система: актуальность и проблемное поле // Юрист. 2018. № 11. С. 72 – 77.

7. Фадеев В.В. Антимонопольный комплаенс как обстоятельство, исключаящее ответственность юридического лица // Российское конкурентное право и экономика. 2019. № 1. С. 34 – 37.

8. Что такое антимонопольный комплаенс? Журнал «Конкуренция и право» // <http://www.cljournal.ru/vibor/118/> (дата обращения: 10.03.2018).

Стеценко Елена Сергеевна, магистрант гр. УУмоз-181
Научный руководитель – Дымова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ

Конкурентные преимущества определяют уникальность основных параметров финансово – хозяйственной деятельности организации, что позволяет ей выгодно отличаться от конкурентов на соответствующем сегменте рынка [3]. В условиях поддержания конкурентных преимуществ организации особую актуальность приобретает процесс принятия управленческих решений.

Управленческими решениями являются многовариантные решения, которые менеджеры должны выбрать для выполнения своих обязанностей. Управленческие решения стимулируют реализацию корпоративных целей [5].

Любому индивидуальному или коллективному действию предшествует принятое решение. Принятие решений является распространенной формой поведения людей и социальных групп. Эта универсальность обу-

словлена сознанием и концентрацией человеческой деятельности. Несмотря на то, что процесс принятия решения многофункционален, процессы принятия решений в компании значительно отличаются от личностных.

К значительным отличиям принятия решений в организации можно отнести:

- осознанная и целенаправленная деятельность конкретных лиц;
- ценностное поведение и факты;
- взаимодействия между коллегами;
- выбор вариантов в политических и социальных условиях управленческой среды;
- объекты общих процессов управления;
- ежедневные задачи менеджера.

Итогом выполнения задач менеджера организации является управленческое решение. Вся деятельность организации зависит от содержания решения, и будет ли достигнута цель. Поэтому менеджерам всегда сложно принимать решения. Это связано с ответственностью менеджера и неопределенностью выбора одного из других вариантов.

Большинство проблем, с которыми сталкиваются менеджеры в своей работе, не повторяются часто, поэтому решение также является проблемой выбора, что не всегда легко сделать.

Решение - это выбор одной из альтернатив, которые имеются для решения какой-то проблемы.

Необходимо отметить, что проблема представляет собой препятствие для достижения целей, поставленных предприятием. Если жизнь однообразна и предсказуема, то не будет проблем и решений для их преодоления. Однако нельзя сразу предсказать развитие того или другого. Поэтому в процессе планирования нельзя учитывать все отклонения между идеальной и реальной ситуацией. Результатом этих отклонений является проблема. Принятие неверных решений обычно является результатом недостатка логического мышления. Процесс принятия решения должен рассматриваться как разумный процесс. Цель решения - сделать лучший выбор из нескольких доступных вариантов для достижения определенного результата.

Принятие управленческих решений является сложным процессом и сопровождается психологическими, организационными и техническими трудностями. Задачи принятия решений обычно формулируются несколькими методами действий с определенными возможностями оценки. В этом случае вам нужно только сравнить метод действия между ними или использовать определенный метод и выбрать лучшее действие. Но перед этим необходимо определить проблему и описать процесс ее решения [5].

Таким образом, процесс принятия управленческих решений состоит из шести этапов:

- 1) фиксация проблем;
- 2) подготовка управленческого решения;
- 3) принятие управленческого решения;

- 4) реализация управленческого решения;
- 5) контроль реализации управленческого решения;
- 6) предоставление обратной связи.

Для каждого этапа требуется своя технология управления. В нормативных документах предприятия обычно фиксируются используемые управленческие процедуры, типовые результаты каждого этапа, участники процесса, руководители и сроки выполнения.

Выявление проблемы является обязательным условием для решения проблемы, потому что, если у человека, принимающего решение, проблемы нет, решение не будет принято. Как только проблема обнаружена, следующим шагом в рассматриваемом процессе является ее интерпретация и представление [1].

Перед этапом поиска альтернативных вариантов решения проблемы, необходимо определить успешные критерии решения. В данный этап входят вопросы, к которым относится отношение к текущей цели, методы разработки решений, снижение стресса на первоначальных этапах процесса принятия решения. Специалисты считают, что в начале необходимо определить, что нужно делать и чего хотят участники процесса.

Для решения проблемы, необходим план, который должен состоять из этапов разработки, оценки и выбора вариантов. Когда все факторы, которые ограничивают решение определены, начинается работа по поиску вариантов или различных направлений действий для решения проблемы. Альтернативные решения легко находятся, так как на них влияет опыт работы, и они зачастую стандартны.

Чтобы провести анализ проблемы, ее необходимо понять. Проблему необходимо разложить на составляющие и исследовать каждую. Процесс изучения и анализа по стоимости является гораздо дешевле, чем реализация.

Одной из завершающих стадий является выполнение решения, которое состоит из решения, анализа и контроля выполнения. В процессе организации выполнения решения должны быть скооперированы усилия множества людей. Менеджеру необходимо замотивировать людей на реализацию решения и грамотно распределить задачи.

На этапе реализации решения необходимо принять меры, чтобы конкретизировать решения и довести его до исполнителей, требуется контролировать его исполнение, вносить требуемые поправки и оценить полученный результат. Все управленческие решения имеют свой результат, следовательно, цель управленческой деятельности – это поиск форм, методов, средств и инструментов, которые могут помочь получить наилучшие результаты в конкретных условиях и обстоятельствах.

Итогом выполнения решения является управленческий цикл. Он в тоже время является исходным материалом для нового цикла. При любом исходе решения проблемы необходимо подвести итоги. Они влияют как с

управленческой, так и с социальной точки зрения, так как сотрудники предприятия должны понимать, чего они достигли.

В какой мере принятое решение эффективно, определяется тем как были согласованы действия исполнителей и от того каким было обеспечение исполнителей необходимыми ресурсами.

Таким образом, принятие управленческих решений, это длительный и сложный процесс, который требует вовлечения множества людей и обеспечения ресурсами. Каждый этап решения проблем по-своему важен, и он всегда приводит к какому-либо результату, который призван обеспечивать конкурентные преимущества организации на постоянной основе.

Список литературы:

1. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарики, 2015. – 528 с.
2. Дымова И.А. Актуальность показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности при принятии эффективных управленческих решений / III Международные научные чтения (памяти И.И. Ползунова): Сборник статей Международной научно-практической конференции (19 октября 2016 г., г. Москва). – Москва: ЕФИР, 2016. – 98 с.
3. Дымова И.А., Папенина С.С. Конкурентные преимущества и недостатки в рамках оценки вероятности банкротства организации // В сборнике: Конкуренция и монополия Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – 2019. – С. 52-56.
4. Золотова Т.В. Методы принятия управленческих решений: учебник для бакалавров / Т.В. Золотова. – М.: КноРус, 2018. – 381 с.
5. Орлов А.И. Методы принятия управленческих решений: учебник для бакалавров / А.И. Орлов. – М.: КноРус, 2018. – 317 с.

Сюй Юнь, студент гр. ГЭМО-01-18

Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ ОТРАСЛЕВОЙ СРЕДЫ ПРИ УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В ходе нашего научного исследования было выявлено, что при управлении рисками инвестиционных проектов, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий в КНР необходимо учитывать

отраслевую структуру. При этом выделяют экономический риск, природный риск и политический риск. Рассмотрим их подробнее [1, 2].

Экономический риск

Относится к риску негативного влияния на эксплуатацию проекта логистического парка в связи с изменениями рыночной экономической среды. Например, изменения инвестиционного дохода от проектов логистического парка тесно связаны с экономическими факторами, такими как колебания обменного курса, ужесточение финансовой политики, корректировка национальной промышленной политики и сокращение рыночного спроса. В то же время изменения, вызванные экономическими факторами, в основном включают в себя: риск финансирования, риск цен на землю, риск спроса и предложения на рынке и финансовый риск [3]. Изменения факторов экономической среды влияют на уровень заработной платы, структуру промышленности, темпы экономического роста и потребности в социальных инвестициях, которые будут оказывать определенное влияние на инвестиции в проекты логистического парка [4].

Неопределенные динамические изменения [5] между спросом и предложением на рынке вызывают риски спроса и предложения на рынке. Из-за расхождений между информацией, известной производителям и покупателям, и быстрым развитием отрасли логистики, высокий уровень вакансий стал наиболее прямым и типичным риском для рынка и спроса в логистическом парке [6]. Неопределенность спроса и предложения и изменяющаяся рыночная информация в реальном времени заставляют инвесторов терять после завершения проекта из-за задержки и асимметрии информации.

Финансовый риск относится к потере доходов инвесторов из-за изменений финансовых факторов в процессе строительства и последующей эксплуатации проекта логистического парка [7]. Большая занятость капитала и длительный период строительства являются характеристиками проекта парка логистики во время процесса строительства [8]. В инфляционной среде обесценивание валюты и период реализации капитала становятся более продолжительными и станут типичным финансовым риском, требующим внимания [9].

На китайском рынке основным методом финансирования являются банковские кредиты, поскольку из-за упрощения методов финансирования порог финансирования слишком высок, что затрудняет выдачу кредитов малым и средним предприятиям. В процессе строительства проекта, когда метод финансирования и структура финансирования изменятся, это приведет к изменениям в экономических условиях, повысится риск строительства проекта и увеличится вероятность причинения убытков инвесторам [10]. Кредитный фонд банка - это большой объем средств, полученных на ранней стадии строительства логистического парка. Средства в процессе строительства логистического парка поступают из бюджета территории [11].

Источник слишком зависит от банка. Повышение процентных ставок по банковским кредитам и суммы кредитов напрямую влияют на ход строительства парка, что увеличивает капитальные затраты на строительство парка и увеличивает инвестиционный риск.

Риск цены на землю в основном относится к увеличению стоимости проекта из-за увеличения цены на землю, когда проект занимает землю. Спрос и предложение на землю и факторы самой земли являются наиболее важными факторами, которые влияют на изменение цен на землю.

Природный риск

Природные риски, то есть изменения в географической климатической среде и природной среде, создают операционные риски для проекта логистического парка. Плохая погода, такая как землетрясения, извержения вулканов, плохая погода и наводнения, окажет негативное влияние на работу парка логистики. Поэтому объекты логистического парка должны обладать определенными возможностями противодействия стихийным бедствиям, такими как базовые меры защиты от непогоды, землетрясения и противопожарная защита, а также разрабатывать различные стандарты предотвращения стихийных бедствий в зависимости от среды. Природные риски при строительстве логистического парка: риск температуры, риск снежного бедствия и риск пожара [12].

Политический риск

Политический риск относится к риску того, что инвесторы приведут к прямым или косвенным экономическим потерям из-за изменений в существующей политике страны или выхода новой национальной политики. На функционирование проекта логистического парка также будут влиять изменения в национальной политике и законодательные корректировки, например, местные органы власти, формулирующие новую экономическую политику, окажут определенное влияние на инвестиционный доход и долгосрочное развитие проекта логистического парка. Финансовая политика, политика охраны окружающей среды, земельная политика, налоговая политика, промышленная политика и другие стили политики

Следует также отметить, что риск промышленной политики состоит в том, что изменения в промышленной политике или корректировка промышленной структуры повлияли на рыночное равновесие, и риск потери активов инвесторов увеличился. Внимание государства к отрасли логистики напрямую влияет на будущую структуру развития отрасли логистики, что увеличивает неопределенность инвестиционных решений инвесторов и увеличивает инвестиционные риски.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.

2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
5. Агеев И.А., Бурков В.Н., Зинченко В.И., Киселева Т.В. Структурный анализ временных рядов данных // Автоматика и телемеханика. 2005. № 6. С. 161-169.
6. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
7. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
8. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
9. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
10. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
11. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.
12. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 73-86.

Третьякова Инга Николаевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗРАБОТКИ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ (ОАО «АНЖЕРОМАШ»)

В современном мире невозможно представить какую-либо деятельность без использования современных технологий. Информационные технологии проникли в нашу жизнь очень стремительно, и заняли все сферы деятельности предприятия.

Успех и устойчивость хозяйствующего субъекта, прежде всего, обеспечивает эффективное планирование его экономической деятельности, призванное мобилизовать необходимые ресурсы для достижения поставленных целей предприятия и обратить процесс принятия управленческих решений из неупорядоченного в логический, последовательный и хорошо организованный.

Планирование предполагает взаимодействие комплекса экономических ресурсов и внутрифирменных факторов, направленных на достижение взятой стратегии и решение задач на основе рационального применения использования организационных, технических и иных имеющихся на предприятии резервов.

ОАО «Анжеромаш» - один из крупных заводов машиностроения по производству горно-шахтового оборудования и запчастей к нему. В результате мониторинга организации планирования разработки новой продукции ОАО «Анжеромаш» обнаружены следующие недостатки: потери времени в процессе согласования мастер-графиков и высокая трудоёмкость их составления, которые можно ликвидировать при внедрении информационной системы управления проектами (ИСУП).

Построение графика разработки проекта и мониторинг его реализации осуществляется с помощью Microsoft Office Excel, что является длительным, трудоёмким и сложно отслеживаемым процессом.

Для решения выявленных проблем в организации планирования разработки новой продукции необходимо:

- а) оптимизировать процесс согласования мастер-графика;
- б) внедрить информационную систему управления проектами.

Использование информационных систем управления проектами позволяет сократить временные и финансовые затраты на выполнения проекта.

Согласно выстроенной диаграмме Ганта выявлены резервы сокращения сроков согласования проектной документации на 14 дней, которые необходимо использовать для эффективного планирования разработки новой продукции.

Необходимость внедрения автоматизации в процесс управления проектом обусловлена тем, что ИСУП позволяет:

- распределить управление проектом между подразделениями;
- постоянно управлять проектом в процессе его реализации;
- прослеживать разрешение проблем путем продвинутых механизмов коммуникации и информирования;
- предоставлять виртуальное проектное место для обмена данными и документацией любого рода;
- предоставлять права и роли для распределения ответственностей;
- формировать актуальные отчеты и презентации по статусу проекта, по графикам контроля деталей.

Осуществлять внедрение ИСУП рекомендуется за 7 этапов [2].

Этапы внедрения ИСУП не равноценны по длительности и ресурсоемкости. Они не обязательно выполняются жестко последовательно, часть этапов могут выполняться параллельно.

На первом этапе необходимо сформировать команду проекта, спланировать работы и выделить ресурсы для внедрения ИСУП.

На втором этапе происходит обоснование потребности в автоматизации процессов, определяются необходимые функции ИСУП.

Третий этап посвящен внедрению ИСУП. На данном этапе необходимо выбрать программное обеспечение, настроить его, а также разработать регламенты и инструкции для пользователей.

В настоящее время существует множество вариантов программного обеспечения ИСУП (более 20 ИТ-решений). Наиболее предпочтительной для исследуемого предприятия выбрана система RPLAN от компании RConnet. Данная система является стандартом в планировании в машиностроительной промышленности и имеет ряд преимуществ в сравнении с другими ИСУП.

Главным достоинством информационных систем управления проектами является возможность системной автоматизации большинства процессов в проектом управлении на протяжении всего жизненного цикла.

В ИСУП должен присутствовать и определенный функционал, что позволяет данной системе приспособиться к работе с проектами в организации [5].

Основные функции ИСУП:

- автоматизация всех процессов;
- единое информационное пространство;
- документооборот;
- оптимизация всех процессов в организации;
- планирование и прогнозирование принимаемых решений.

Функции информационных систем управления проектами:

- возможность удаленной работы;
- экспорт проекта в другие программные решения;

- анализ проекта;
- автоматизация проекта;

Из перечисленного функционала, реализованного в системе RPLAN, следующие пункты являются отличительными:

- представление проектов и организации в виде древовидной структуры;
- сквозная интеграция всех участников проекта;
- обзор нескольких проектов через непосредственный выбор более чем одного плана, так же охватывает различные проекты;
- планирование сверху вниз и снизу вверх;
- синхросвязи между планами: задачи в собственных графиках зависят от задач в других графиках при актуализации данных;
- возможность гибкого использования фильтров для любого количества графиков при анализе и оценке;
- автоматическое формирование отчетов (с заданной временной периодичностью и рассылкой) по статусу проекта и видам деятельности;
- возможность предоставления данных в заданных видах.

Реализация этих функций в программном обеспечении MS Project требует значительных затрат или невозможности осуществления.

Техническими преимуществами системы RPLAN являются [3]:

- позволяет внедрить совместную модель управления проектом, которая используется на сложных проектах, где большое количество людей работает вместе по разным темам;
- RPLAN является де-факто стандартом в планировании в машиностроительной промышленности, предоставляющим уникальный метод, который связывает задачи и вехи в графиках одного проекта или разных проектов;
- RPLAN позволяет прикрепить задания из любого графика, видимого пользователю;
- в RPLAN есть встроенный метод администрирования с 3-мя уровнями;
- в RPLAN есть уникальный метод экспортирования данных в MS PowerPoint для создания хороших презентаций.

Расходы по использованию программного обеспечения RPLAN составляют 8,25 евро в месяц на одного пользователя в год [3].

Единовременные затраты на внедрение ИСУП RPLAN на ОАО «Анжеро-маш» представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Единовременные затраты на внедрение ИСУП RPLAN наОАО «Анжеромаш»

№ п/п	Статьи затрат	Стоимость, тыс. руб.
1	Затраты на приобретение программного продукта	318,72
2	Затраты на установку и настройку программного обеспечения	24
3	Затраты на установку и наладку сервера и сети	8,4
4	Затраты на обучение персонала	64
ИТОГО		415,12

После выбора программного обеспечения необходима его настройка и разработка регламентов и инструкций для пользователей.

На четвёртом этапе необходимо оптимизировать методологию управления проектами. Для этого предлагается пересмотреть нормативные документы, которые будут описывать процессы по управлению проектной деятельностью. Данные нормативные документы в дальнейшем должны использоваться всеми участниками проектных команд.

На пятом этапе необходимо назначить сотрудников, ответственных за поддержку и координацию проектной деятельности. В каждом проекте назначается координатор по информационной системе, выполняющий также функции администратора RPLAN.

Шестой этап внедрения ИСУП заключается в апробации на пилотных проектах. Для проверки новых для компании инструментов и методов управления проектами, разработанных на предыдущих этапах, рекомендуется несколько типовых для предприятия проектов реализовать в новой ИСУП. Для того, чтобы апробация прошла успешно необходимо провести обучение заинтересованных лиц в работе в информационной системе. В случае подтверждения полезности процедур на седьмом этапе внедрения должно произойти развёртывания ИСУП на всю проектную деятельность предприятия. Должен быть составлен реестр проектов, проектных инициатив, все проекты должны быть переведены в новую систему управления при поддержке координаторов.

Этапы внедрения ИСУП представлены на рисунке 1 [4].

Этапы внедрения ИСУП не равноценны по длительности и ресурсоемкости. Они не обязательно выполняются жестко последовательно: часть этапов могут выполняться одновременно.

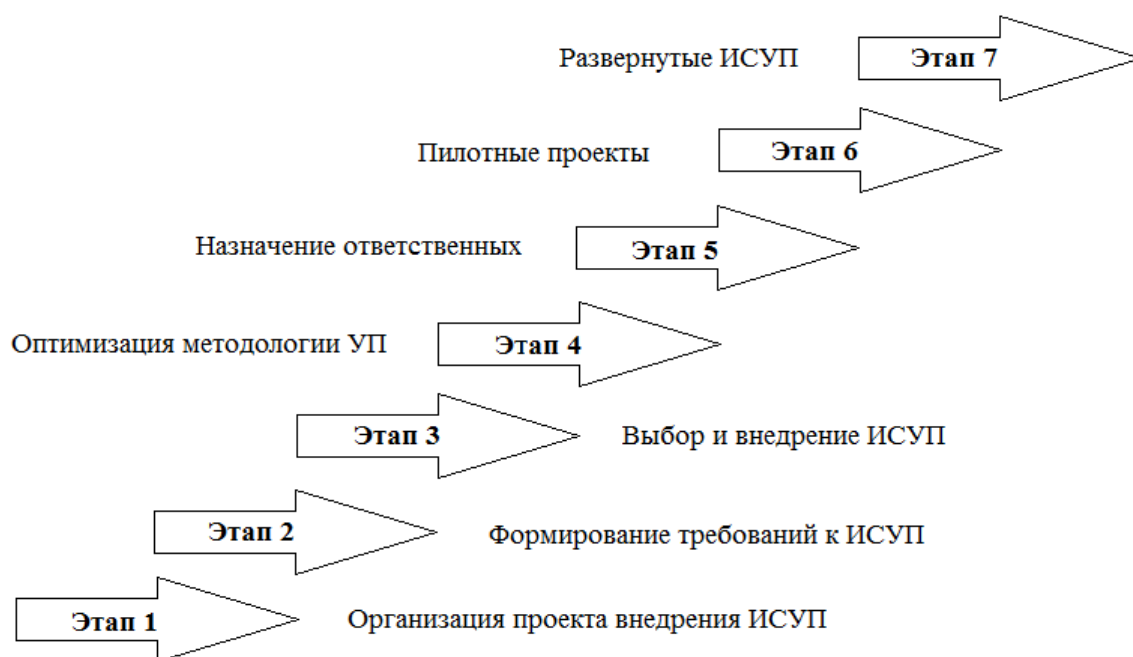


Рисунок 1 – Этапы внедрения ИСУП

Таким образом, внедрение ИСУП RPLAN с точки зрения планирования разработки новой продукции является наиболее совершенным инструментом планирования и контроля запланированных показателей деятельности проекта по сравнению с существующим планированием и выстраиванием графиков в MS Excel. Программное обеспечение позволяет наладить коммуникации внутри проекта, оперативно реагировать на изменения и вовлекать максимально возможное количество заинтересованных лиц к реализации проекта.

Список литературы

1. Халиуллина Д. Н., Малыгина С. Н., Быстров В. В. Проектная деятельность в сфере развития инновационного потенциала моногородов аз РФ // Труды Кольского научного центра РАН. - 2017. - № 3. С. 8.
2. Авдеева Л.А., Мусабинова К.М. Совершенствование процессов управления проектами в проектных организациях // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №1. - 2016. – С. 98.
3. Сафиуллин А.Р., Ильдарханова А.К. Сравнительный анализ прикладных особенностей современных информационных систем управления проектами на российских предприятиях приборостроения // Экономический анализ: теория и практика. - 2018. -№ 2 – 473 с.
4. Варламов С. В., Скородумов П. В. Система управления проектами организации: анализ подходов и существующих программных решений // Вопросы территориального развития. -2015. -№ 5.- С. 25.
5. Кашкарева Е. А. Внедрение информационных систем управления проектами предприятия // Актуальные вопросы современной науки. -2010. -№ 14.- С. 54.

Тукшумский Андрей Игоревич, студент гр. ПРМ2-1м
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва)

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ СРОКАМИ ПРОЕКТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В результате анализа управления сроками проектов в компании ООО УК «Металлоинвест», включившего в себя оценку эффективности управления сроками и выявление на основании данных интервью главные недостатки в методическом обеспечении управления, были выявлены ключевые проблемы, которые необходимо решить в первую очередь. К ним были отнесены следующие [1-3]:

- Отсутствие регламентов по управлению проектами для проектов с функциональным типом управления;
- Отсутствие достаточной проверки благонадежности контрагентов: поставщиков товаров, подрядчиков услуг
- Долгий последовательный процесс согласования решений и изменений.

При этом важно отметить, что список проблем в методическом обеспечении управления сроками проектов значительно шире и включает в себя больше, чем три вышеуказанные сложности. Однако нами были выявлены наиболее острые, часто упоминаемые экспертами недостатки. С результатами данных проблем сотрудники компании сталкиваются наиболее часто, и последствия этих ошибок в большей степени влияют на управление сроками проектов [4].

Несмотря на то, что в регламенте инвестиционной деятельности компании основным отличием проектного типа управления от функционального считается тот факт, что после прохождения фазы инициирования и утверждения проекта к реализации на соответствующем уровне, ответственным за реализацию проекта назначается руководитель проекта, освобождаемый от выполнения функциональных обязанностей в рамках операционной деятельности, отличие типов управления также кроется в требованиях к процессу управления проектами [5, 6].

Рекомендуемый перечень основных этапов и соответствующих им контрольных событий, вех и ТПР, выделяемых при управлении инвестиционными проектами функционального типа, отражен в Приложении Б. При этом состав этапов и соответствующих им контрольных событий, вех и ТПР для конкретного проекта определяется из числа указанных в зависимости от специфики проекта с обеспечением принципа наиболее полного охвата контрольных событий. Перечень ТПР утверждается на соответствующем уровне принятия решения по проекту. За разработку и контроль

сроков отвечают руководитель проектов и планировщик сроков проекта, в то время как для проектов с проектным типом управления разработаны подробные инструкции и регламенты среди которых [7, 8]:

- Регламент управления содержанием, сроками и стоимостью инвестиционного проекта с проектным типом управления;
- Методика планирования и контроля реализации инвестиционного проекта с проектным типом управления;
- Регламенту управления коммуникациями инвестиционного проекта с проектным типом управления;
- Журнал отчетных форм инвестиционного проекта с проектным типом управления, использующего ИСУП на базе ORACLE PRIMAVERA.

Решение проблемы должно заключаться в написании регламентов и методик по управлению сроками проектов с функциональным типом управления [9]. Содержание регламента по управлению сроками проектов с функциональным типом управления должно обязательно включать следующие пункты:

Глава 1. Введение

- 1.1. Область применения и назначение
- 1.2. Период действия и порядок внесения изменений
- 1.3. Ссылки на нормативные документы
- 1.4. Термины и сокращения

Глава 2. Основные положения

- 2.1. Фазы и стадии проекта
- 2.2. Группы процессов управления проектом
- 2.3. Процессы управления сроками проекта
- 2.4. Основные инструменты управления проектом в части сроков

Глава 3. Порядок управления проекта

- 3.1. Управление сроками проекта на стадии оценки проекта
- 3.2. Управление сроками проекта на стадии планирования
- 3.3. Управление сроками проекта на стадии реализации (включая управление сроками проекта на стадии выполнения строительно-монтажных, пусконаладочных работ и ввода объекта в эксплуатацию)

Глава 4. Проектная документация в части управления сроками

- 4.1. Проектная документация в части управления сроками на стадии оценки проекта
- 4.2. Проектная документация в части управления сроками на стадии планирования
- 4.3. Проектная документация в части управления сроками на стадии реализации (включая управление сроками проекта на стадии выполнения строительно-монтажных, пусконаладочных работ и ввода объекта в эксплуатацию)
- 4.4. Проектная документация в части управления сроками на стадии завершения проекта

Наглядно содержание регламента по управлению сроками проектов с функциональным типом управления представлено на рисунке 1.

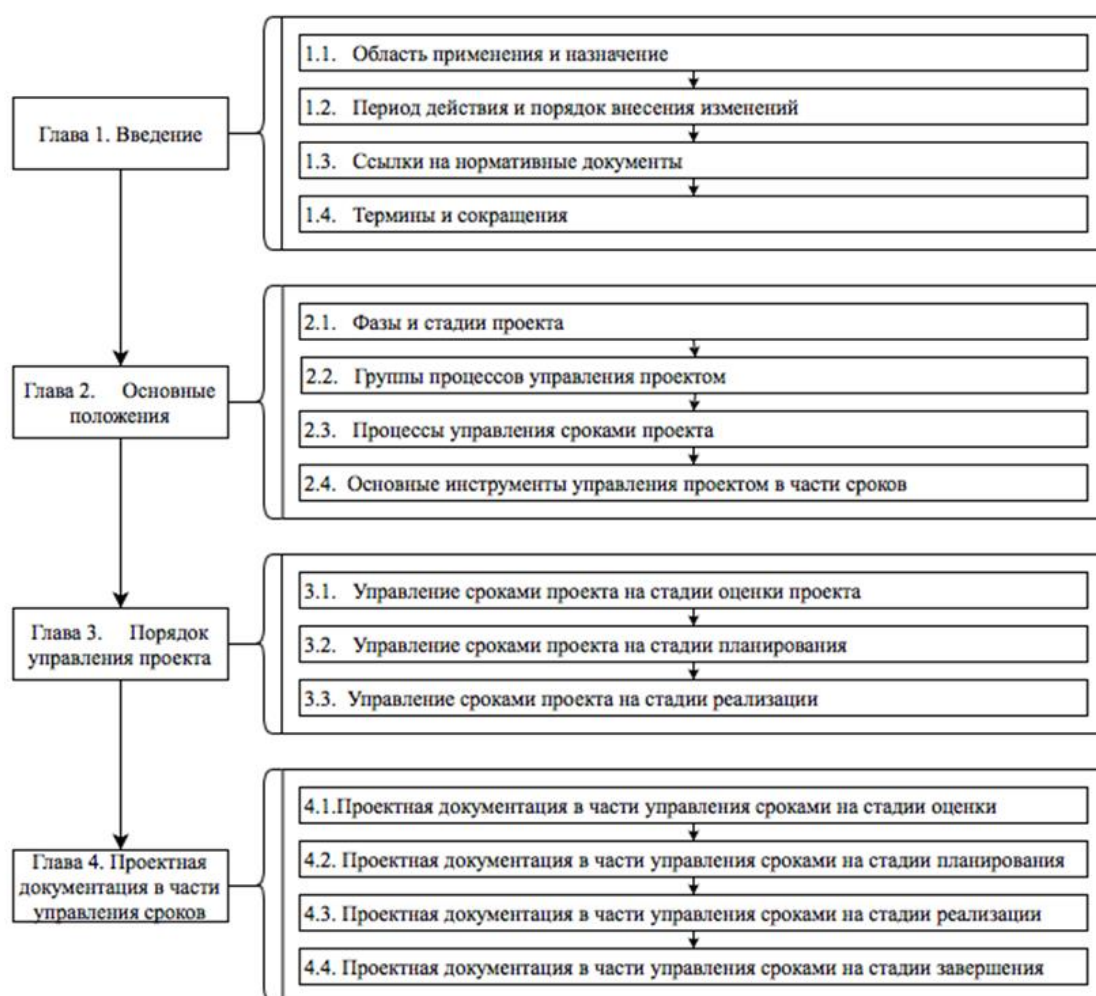


Рисунок 1 – Содержание регламента по управлению сроками проектов с функциональным типом управления

Источник: составлено автором на основе [10-12]

Следующей проблемой в методическом обеспечении управления сроками проектов в ООО УК «Металлоинвест» была отмечена проблема отсутствия достаточной проверки благонадежности контрагентов: поставщиков товаров, подрядчиков услуг. Для решения этой проблемы необходимо ввести обязательную полную проверку контрагентов службой безопасности и юридическим отделом. При этом результаты проверки должны быть доступны сотрудникам, ведущим работу над проектами. В рамках работы с результатами проверки, можно ввести разделение поставщиков на две подгруппы с какими поставщиками сотрудничать можно, и с какими – нельзя. При этом, можно вести общий реестр поставщиков и присваивать каждому из них рейтинг с учетом результатов проверки службы безопасности и прошлого опыта сотрудничества. Таким образом, если поставщик недобросовестно выполнил свои обязательства, его рейтинг снижается, и в ходе работы над последующими проектами этот поставщик как

участник конкурса на совершение поставки материала, оказания услуги при наличии аналогичного ценового предложения от другого юридического лица не будет выбран. Такой подход позволит сократить риск сотрудничества с недобросовестными поставщиками и, следовательно, снизит вероятность срыва сроков проекта по вине внешних контрагентов.

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
5. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
6. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
7. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
8. Чеботарев С.С., Скубрий Е.В., Ляшенко С.М. Научная школа «Экономика гражданской защиты» // Научные и образовательные проблемы гражданской защиты. 2009. № 1. С. 17-23.
9. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
10. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
11. Трифонов И.В. Принятие управленческих решений при оценке качества проектов реструктуризации предприятий // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика». 2019. С. 314-318.

12. Череповская Н.А. Анализ внедрения цифровых технологий в отрасли экономики // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 2 (119). С. 620-623.

Тумаркин Олег Владимирович, магистр
Научный руководитель – Селищева Тамара Алексеевна, д.э.н., профессор
(СПБГЭУ, Санкт-Петербург)

СТРУКТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

На постиндустриальном этапе развития общества важной целью экономической политики любой страны является увеличение в структуре ВВП удельного веса высокотехнологичных производств. В результате мирового экономического кризиса 2008-2009 гг. развитые страны начали проводить целевую структурную перестройку, с помощью которой повышается роль сектора высоких технологий, снижается тем самым зависимость хозяйственных систем от колебания внешнеэкономической конъюнктуры.

Несмотря на значительный производственный и интеллектуальный потенциал, национальная хозяйственная система не смогла провести целенаправленную структурную политику по активизации производств высокотехнологичного сектора. В результате мировой рецессии 2008 г. в экономике РФ наметилось обострение структурных проблем, влекущее за собой увеличение зависимости от внешних факторов.

Учитывая вышеизложенное, основной целью работы является анализ структурных проблем, не позволяющих отечественной экономике выйти наравне с мировым сообществом на устойчивую траекторию экономического роста, а также наметить пути, позволяющие экономике РФ преодолеть неустойчивость роста.

Начиная с 2010 г., преодолев мировой экономический кризис 2008-2009 гг., национальная экономика вышла на новую стадию экономического роста. Отличительной чертой данной стадии является снижение темпов роста экономики. Достигнув в 2010 г. пикового значения роста реального ВВП, в дальнейшем наблюдается понижательная динамика роста. В 2015 г. на фоне роста мировой экономики выявляется автономная рецессия, спад основных макроэкономических показателей. Так по сравнению с 2014 г. в 2015 г. объём реального ВВП снизился на 3,7 %. Объём инвестиционных вложений в основной капитал организаций за аналогичный период просел на 8,4 %. В 2015 г. инфляция составила 12,9 %, что послужило причиной снижения уровня реальной зарплаты населения на 9,5 % [5, с. 59].

Основным фактором затухающей динамики экономического роста в РФ является структурный кризис, характеризующийся деградацией отраслей обрабатывающих производств по сравнению с отраслями добывающей промышленности (см. табл. 1).

Таблица 1 – Индексы производства по отдельным видам экономической деятельности за период 2008-2019 гг. (в % к предыдущему году) [3, с. 183]

Отрасли промышленности	2008	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2017	2018	2019
Темпы прироста реального ВВП	5,2	-7,8	4,5	4,3	3,7	0,7	-3,7	1,5	2,3	1,3
Вся промышленность	100,6	90,7	107,3	105,0	103,4	101,7	99,2	102,1	102,9	102,4
Добывающая промышленность	100,4	99,4	103,8	101,8	101,0	101,4	100,7	102,1	104,1	103,1
Обрабатывающая промышленность	100,5	84,8	110,6	108,0	105,1	102,1	98,7	102,5	102,6	102,3

По данным таблицы 1 видно, что за период 2008-2019 гг. отрасли добывающей промышленности развиваются динамичнее. Так в 2018 и 2019 гг. наблюдается превышение их удельного веса над отраслями обрабатывающих производств.

Исходя из данных статистического сборника «Россия в цифрах», за период 2008-2019 гг. большая часть инвестиционных расходов направлялась на поддержку отраслей добывающей деятельности. Если в 2019 г. по сравнению с 2008 г. объём инвестиций в добывающей промышленности вырос с 13,4 % до 17,0 %, то в обрабатывающей промышленности данный показатель увеличился незначительно, с 14,2 % до 14,5 % (см. табл. 2).

Таблица 2 – Объём инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности за период 2008-2019 гг. (в %) [4, С. 234]

Отрасли промышленности	2008	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2017	2018	2019
Добывающая промышленность	13,4	13,9	13,8	13,9	14,8	16,1	17,2	19,0	18,1	17,0
Обрабатывающая промышленность	14,2	14,2	13,2	12,9	13,4	14,9	15,6	14,3	14,1	14,5

Таким образом, наблюдается увеличение деформации в пользу развития отраслей добывающего сектора. Выявленная тенденция идёт в разрез со структурной политикой развитых стран, направленной на повышение значимости высокотехнологичных производств обрабатывающего сектора.

По утверждению С.Ю. Глазьева основным фактором структурного кризиса является неэффективная денежно-кредитная политика, завышающая стоимость кредита сверх рентабельности реального сектора [1, с. 22]. В связи с низкой рентабельностью обрабатывающего сектора последним не хватает собственных средств на проведение модернизации производств. Данный фактор вызывает угрозу потери конкурентоспособности отечественной продукции по отношению к импортным аналогам.

Ухудшение геополитической обстановки повлекло за собой приостановки контрактов с международными партнёрами, поставляющими техно-

логии новых образцов [2, с. 19]. Данный фактор послужил причиной ухудшения инновационного развития в стратегически значимых отраслях.

Американский экономист М Портер считает, что низкая активность модернизации отраслей обрабатывающего сектора связана с падением реальных доходов населения [6, с. 191]. В этих условиях в связи со снижением спроса на отечественную продукцию наблюдается ухудшение возможности обрабатывающих производств провести свою модернизацию.

В связи с этим необходимо провести целенаправленную структурную политику, направленную на комплексную поддержку отраслей высокотехнологичного сектора, благодаря которой национальная экономика должна выйти на траекторию устойчивого развития, повышая привлекательность отечественных товаров на национальном и мировом рынках. Важным направлением обозначенной политики является предоставление Правительством субсидий, цель которых заключается в создании перспективных отраслей производств, создающих конкурентоспособную продукцию.

Также следует провести целевую денежно-кредитную политику, направленную на поддержку реального сектора посредством рефинансирования коммерческих банков под его спрос на передовые технологии. Другими словами, сначала коммерческие банки предоставляют кредит предприятиям, получают от них вексель и под залог векселя получают кредит в ЦБ, повышая тем самым эффективность кредитования отечественных производств. Развивающимся отраслям с хорошей финансовой репутацией следует предоставить лизинговую политику с поставщиками высоких технологий, позволяющую оплачивать их приобретение постепенно, используя новейшее оборудование в производственной деятельности.

Целевым фактором, который облегчает распространение передовых технологий, является создание на государственном уровне стимулов для конкуренции. Отрасли производств, которые в конкурентной борьбе первыми обеспечат наилучшие условия для внедрения в производственную деятельность данных технологий, снизят свои издержки и повысят тем самым конкурентоспособность на рынках.

Весьма значимо также проводить целенаправленную политику по защите прав собственности, обеспечивающей охрану отечественных производств от экспроприации экономических активов, появлении иностранных экономических агентов, деятельность которых протекает исключительно в своих интересах.

Поскольку наличие доступной и достоверной информации является ключевым фактором в принятии инвестиционных решений размещения капитала, поддерживающего развитие реального сектора, то необходимо развивать информационную систему с целью предоставления потенциальным инвесторам объективных данных об экономических показателях, законодательной базе, существующих инвестиционных проектах и потенциальных партнерах.

Главным фактором, обеспечивающим переход на устойчивую траекторию развития хозяйственной системы, является комплексная государственная политика по инвестированию в развитие человеческого капитала, благодаря которой произойдёт ускоренный процесс внедрения новейших технологий в производственную деятельность. Здесь следует учесть, что данная политика должна быть направлена на воспитание человека-созидателя на протяжении всей его жизни. Инвестировать следует во все сферы образования, включая и начальное образование.

Список литературы

1. Глазьев С.Ю. Санкции США и политика Банка России: двойной удар по национальной экономике / С.Ю. Глазьев. // Вопросы экономики. – 2014. – № 9. – С. 13-29.
2. Критская С.С., Ключков В.В. Анализ перспектив развития авиационной промышленности с учетом угрозы введения санкций против российской экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2014. – № 40. – С. 12-25.
3. Росстат. Индексы производства по отдельным видам экономической деятельности. [Электронный ресурс] – Режим доступа: // URL: https://www.gks.ru/bgd/regl/b11_13/IssWWW.exe/Stg/d3/13-02.htm (дата обращения: 30.10.2019).
4. Росстат. Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // URL: https://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d03/24-05.htm (дата обращения: 09.09.2020).
5. Селищева Т.А. Автономная рецессия экономики России и проблемы экономического роста / Т.А. Селищева, С.А. Дятлов и др. // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 4 (60). – С. 57-61.
6. Семенова М.С. Теория Портера и её роль в научном обосновании конкурентоспособности региона / М.С. Семенова. // Научные исследования: от теории к практике. - 2016. - № 4-2 (10). - С. 190-192.

Урусова А.Б. – к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»
(Северо-Кавказская государственная академия, г. Черкесск)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ

Существенные структурные проблемы в рамках пенсионной системы Российской Федерации проявляются в течение последних десятилетий. Несмотря на это, концептуально институт пенсионного страхования остается прежним, а изменения относятся лишь к отдельным параметрам, например, пенсионному возрасту. Для определения направлений дальнейшего повышения эффективности пенсионной системы целесообразно определить текущие тенденции в этой сфере. Актуальность исследования

повышается в условиях ограничения возможностей для роста доходной части Федерального бюджета РФ в условиях сохранения необходимости поддерживать высокий уровень социальной жизни в стране, в том числе и лиц, которые застрахованы в рамках пенсионной системы.

Объектом исследования является пенсионная система Российской Федерации, а предметом совокупность явлений и процессов, которые развиваются на текущий момент.

В качестве основного метода исследования используется статистический, который означает изучение динамики основных явлений и процессов в течение последних трех лет.

В течении последних лет наблюдается усиление дисбаланса в демографической структуре населения. Потребность в пенсионном обеспечении со стороны возрастающего числа пенсионеров влечет за собой нагрузку на экономически активное население в формировании фонда ПФР в части распределительной пенсии [2, с.122]. В 2019 г. по сравнению с 2005 г. коэффициент соотношения работающих к пенсионерам уменьшился с 3,1 до 2,2 человека трудоспособного возраста на одного пенсионера, а к началу 2036 г. снизится до 1,8 [1, с.59]. Соответственно, для поддержания того же уровня покупательской способности пенсионеров в условиях, когда средства перераспределяются от работающих к вышедшим на пенсию, важно работать в направлении повышения производительности труда.

Как показано на рисунке 1, наблюдается существенный объем дефицита бюджета Пенсионного фонда РФ в течение последних трех лет. Его уровень был максимальном в 2018-м году, когда сформировался у значения 159,1 млрд руб. В 2019-м году этот показатель снизился и составил 24 млрд руб., но все же профицит бюджета не был достигнут. Это говорит о необходимости дальнейшего поиска возможностей сокращения расходной части и повышения доходной части бюджета организации. Таким образом, сохраняется тенденция отсутствия финансового баланса в рамках притока и оттока денежных средств в пенсионной системе.

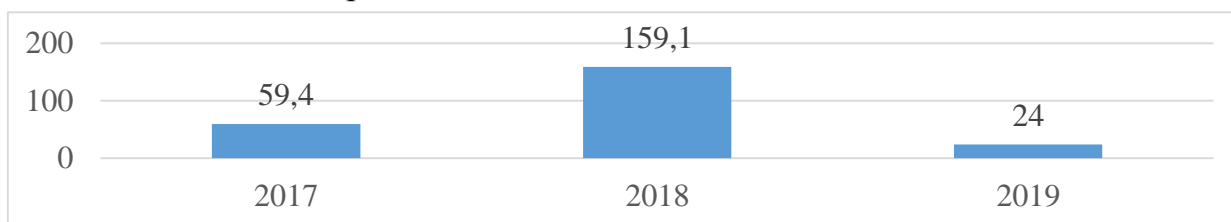


Рисунок 1 – Динамика объема дефицита бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации в 2017-2019 гг., млрд. руб. [5, 6, 12]

В законодательство были внесены существенные изменения в части, которая относится к основным параметрам пенсионного страхования. Но, несмотря на повышение пенсионного возраста, в первые годы после реформы зависимость пенсионных выплат от федерального бюджета только вырастет. Трансферт из бюджета на обязательное пенсионное страхование

в 2018 году обеспечит 7,7 % доходов ПФР, в 2019–2020 годы – 12,2 % [3, с.6]. Таким образом, недостаточная производительность труда для обеспечения необходимого объема доходов Пенсионного фонда РФ приводит к сокращению объема доступных финансовых ресурсов у Правительства для выполнения других важных задач. При этом государство все хуже выполняет свои социальные функции, ведь наблюдается устойчивость тенденции к снижению покупательной способности пенсий [10, с.322].

Для решения возникающих проблем важно обращать внимание на зарубежный опыт реформирования пенсионной системы. Существенную часть активов и денежных потоков формируют добровольные пенсионные фонды, которые накапливают средства в течение работоспособного периода жизни гражданина. Соответствующие ресурсы инвестируются в консервативные инструменты, что позволяет сформировать существенный объем дополнительной негосударственной пенсии к моменту потери работоспособности в связи с достижением почтительного возраста.

Проблемы создает и низкая эффективность работы Пенсионного фонда РФ. Доля административных расходов в выплатах составляла в 2019-м году 1,38 % в Российской Федерации, в то время как для США характерно значение показателя в размере 0,41 % [11, с.187]. Очевидно, что необходимо идти по пути автоматизации, использования современных технологий, таких как искусственный интеллект, что позволит высвободить часть персонала, повысить экономическую эффективность ежедневных операций.

Еще одной проблемой, которая характерна для российской пенсионной системы, является крайне высокое соотношение социальных финансовых обязательств к объему чистых активов, которые сформированы с целью сохранения и повышения объема пенсионных накоплений граждан (Рисунок 2).

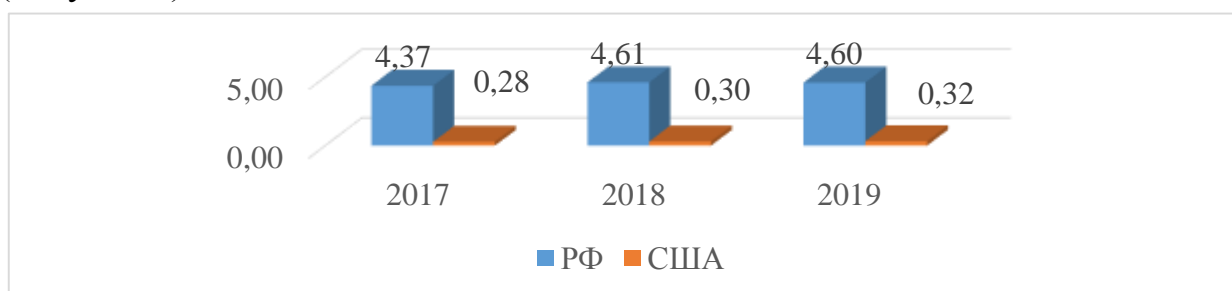


Рисунок 2 – Соотношение социальных выплат к стоимости чистых активов, в которые инвестированы средства пенсионных накоплений, в РФ и США в 2017-2019 гг., ед. [7-9]

Так для примера сопоставляя опыт с американским, можно отметить, что в США в 2019-м году объем социальных выплат составлял лишь 32 % от имеющихся чистых активов, в которые вложены средства застрахованных лиц. В России же даже если продать все имеющиеся чистые активы, в

которые инвестированы средства пенсионных накоплений, то полученного фонда средств будет недостаточно для того, чтобы покрыть текущие социальные обязательства. Таким образом, важным направлением дальнейшего развития пенсионной системы является формирование консервативных активов, которые позволят защитить накопления граждан от инфляции и девальвации рубля, при этом обеспечивая возможность медленного роста покупательской способности привлеченных средств застрахованных лиц.

Кроме этого, в развитых странах важную роль занимают негосударственное пенсионное страхование. В противовес этому в России наблюдается постоянное сокращение количества негосударственных пенсионных фондов, а именно на 19 единиц в течение 2017-2019-го годов (таблица 1). Как результат, на конец 2019-го года их количество составляло 47 единиц. Хотя число участвующих в системе государственного пенсионного страхования выросло, как и количество получателей негосударственных пенсий, но все же соответствующий темп прироста был низким. Количество участвующих в системе повысилось лишь на 2,97 % за 2017-2019-й года. Сформировалась положительная динамика увеличения объема пенсионных выплат на 17,85 % за 2017-2019-й года, что указывает на наличие потенциала у такого подхода повышения роли негосударственных пенсионных фондов. Части граждан очевидно, что их потребности в случае выхода на пенсию не могут быть удовлетворены лишь за счет государственного сегмента пенсионной системы. Поэтому активно предпринимаются попытки по обеспечению дополнительной социальной защиты за счет негосударственных пенсионных фондов. Однако средний размер пенсии оставался незначительным в течение 2017-2019-го годов и был ниже 4 тыс. руб. в месяц.

Таблица 1 – Динамика показателей развития негосударственных пенсионных фондов в РФ в 2017-2019 гг.

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Абсолютный прирост, +, -	Относительный прирост, %
Количество НПФ	66	52	47	-19	-28,79
Число участвующих в НПФ, тыс. чел.	6007,8	6131,6	6186,4	178,6	2,97
Получатели негосударственных пенсий, тыс. чел.	1484,4	1526,1	1543,3	58,9	3,97
Общий объем пенсионных выплат, млн. руб.	59553,4	60318	70185,9	10632,5	17,85
Средний размер пенсии, руб.	3343,3	3293,7	3789,8	446,5	13,36

Построено автором по материалам [4]

Подводя итог, следует отметить, что важными направлениями развития пенсионной системы с целью минимизации негативного воздействия текущих тенденций и процессов является увеличение доли негосудар-

ственных пенсионных фондов, постоянный поиск возможностей автоматизации рутинного труда или сокращения расходов Пенсионного фонда Российской Федерации другим образом, а также создание возможностей для увеличения стоимости чистых активов, в которые инвестированы средства пенсионных накоплений.

Список литературы

1. Барышева Г.А., Бабышев В.Ю. Факторы стабильности пенсионной системы России // *Фундаментальные исследования*. – 2020. – № 1. – С. 58-67.
2. Габсаликова Г.И. Проблемы функционирования пенсионной системы Российской Федерации // *Мировая и российская наука: области развития и инноваций*, 2020. – С. 128-130.
3. Кравченко Е. В., Развитие системы корпоративного пенсионного обеспечения как эффективный инструмент совершенствования пенсионной системы // *Сборники конференций НИЦ Социосфера*. – 2020. – № 4. – С. 5-9.
4. Обзор ключевых показателей деятельности негосударственных пенсионных фондов [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.cbr.ru/analytics/RSCI/activity_npf/review_npf/ (дата обращения: 15.09.2020).
5. Пенсионный фонд Российской Федерации. Годовой отчет 2017 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.pfrf.ru/files/id/press_center/godovoi_otchet/annual_report_2017_1.pdf [15.09.2020].
6. Пенсионный фонд Российской Федерации. Годовой отчет 2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/files/id/press_center/godovoi_otchet/Pension-fund-Annual-report-2018.pdf [15.09.2020].
7. Расчет стоимости инвестиционного портфеля и расчет стоимости чистых активов, в которые инвестированы средства пенсионных накоплений. СЧА-РСА-активы 4 кв. 2019 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/files/id/bud_pens/pensnak/osnov_sved/scha/SCHA-RSA_aktivyi_31.12.2019.xlsx [15.09.2020].
8. Расчет стоимости инвестиционного портфеля и расчет стоимости чистых активов, в которые инвестированы средства пенсионных накоплений. СЧА-РСА-активы 4 кв. 2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/files/id/bud_pens/pensnak/SCHA-RSA_aktivyi_NEW_31.12.2018.xlsx [15.09.2020].
9. Расчет стоимости инвестиционного портфеля и расчет стоимости чистых активов, в которые инвестированы средства пенсионных накоплений. СЧА-РСА-активы 4 кв. 2017 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/files/id/bud_pens/pensnak/osnov_sved/scha/scha_rsa_4kv2017.xlsx [15.09.2020].

10. Скорлупина Ю.О., Ратахова М.С., О необходимости реформирования пенсионной системы РФ // Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика. 2020. – С. 320-324.
11. Урусова А. Б. Проблема нагрузки административных расходов на пенсионную систему России // ЕГИ. 2020. № 4 (30). – С. 184-187.
12. Федеральный закон «О бюджете Пенсионного фонда Российской Федерации на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» от 28.11.2018 № 432-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_312086/ [15.09.2020].

Усольцева Екатерина Алексеевна, студент гр. АОб-161

Филягина Ксения Олеговна, студент гр. ЭУб-181

Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

В современных условиях экономического развития от любого предприятия требуется повышение конкурентоспособности произведенной продукции, работ и услуг. Важная роль в реализации этой задачи отводится анализу маркетинговой деятельности предприятия, которая является ведущей функцией управленческого процесса [1, 2]. Наибольшая эффективность в данной практике достигается комплексным использованием и сочетанием маркетинговых мероприятий. По результатам изучения представленных в современной экономической литературе точек зрения [3-7], для целей дальнейшего исследования в качестве основных элементов маркетинговой политики выделены товарная, ценовая, сбытовая политики, а также политика продвижения. Целями товарной политики являются формирование оптимального ассортимента, поддержание конкурентоспособности товаров, адаптация ассортиментного набора к требованиям рынка. Целью ценовой политики является управление конкурентоспособностью товара и максимизация прибыли при заданном объеме продаж. Цель сбытовой политики заключается в планировании и формировании каналов сбыта товаров. Цель политики продвижения состоит в обеспечении узнаваемости торговой марки, завоевании симпатии потребителей по отношению к торговой марке, информировании целевой аудитории о продуктах и услугах. Оценку эффективности реализации данных элементов маркетинговой политики в сравнении с маркетинговой политикой конкурентов рассмотрим на примере ООО «Комбинат «Волна» (г. Красноярск) – дочерней компании АО «ХК «Сибцем» (г. Кемерово), выпускающей хризотилцементные кровельные плоские листы и трубы, цветную кровлю «Волнако-

лор». Основными конкурентами ее в отрасли производства строительных материалов являются «ЦииТПром» и «Акмаш-Холдинг».

Рассмотрим маркетинговую политику ООО «ЦииТПром». Оценивая товарную политику, можно сделать вывод, что производство товаров в ООО «ЦииТПром» соответствует технологическим схемам, а постоянный контроль качества и модернизация производства, дают на выходе высококачественный продукт. Предприятие, используя инжиниринговый подход, имеет возможность наиболее точно выполнять потребности заказчика, выполнять индивидуальные заказы по чертежам заказчика. Основным требованием в работе фирмы является оперативное и гарантированное выполнение требований клиента. Данные мероприятия организации имеют сходство со стратегией ООО «Комбинат «Волна». Цена на произведенные товары соответствует качеству и включает в себя издержки производства и минимальную прибыль, что делает товары конкурентно способными. Сравнивая ценовую политику данной организации с политикой ООО «Комбинат «Волна» можно сделать вывод, что выбранные стратегии имеют сходства, а точнее – «Комбинат «Волна» также разрабатывает качественную продукцию, но ориентируется на потребителей среднего и выше среднего сегмента. Сбытовая политика компании основывается на доставке товара от поставщика покупателю, что в совокупности с грамотным расположением склада поставщика, дает возможность снизить издержки на доставку. Той же концепции придерживается «Комбинат «Волна». Рекламная кампания у данной организации и у ООО «Комбинат «Волна» проводится только в одном регионе, в то время как должна проводиться и за его пределами. Масштабы ее распространения не должны ограничиваться отдельным населенным пунктом (г. Белгород), а должна выходить за его пределы, так как предприятие ведет свою деятельность на всей территории страны.

Далее выполним сравнительный анализ маркетинговой политики ООО «Акмаш-Холдинг». Стратегические решения по товару являются важнейшими в рамках общей маркетинговой стратегии Акмаш-Холдинг – это связано с тем, что товар служит основным источником получения прибыли, кроме того, товар – это центральный элемент комплекса маркетинга. Определение цены по издержкам ориентирует ООО «Акмаш-Холдинг» на широкий рынок и производство товаров в большом количестве. В связи с этим предприятие имеет заранее подготовленные программы решений, реагирующие на действия конкурентов. По такой схеме определения цены работает очень давно, и поэтому наблюдается стабильность цен на протяжении нескольких лет, что удобно для заказчиков. Основная часть всей продукции ООО «Акмаш-Холдинг» продается через отделы сбыта напрямую к потребителю. Потребителями являются крупнейшие заводы страны из всех отраслей народного хозяйства. Рекламная политика для ООО «Акмаш-Холдинг» является основным инструментом продвижения продукции на рынке. Реклама – неперсонифицированное сообщение, направленное на це-

левую аудиторию (предприятия всех отраслей) при помощи различных средств массовой информации для представления и продвижения продукции.

Несмотря на несомненные преимущества, в реализации элементов маркетинговой политики данного предприятия можно выявить недостатки, прежде всего – это базирование товарной политики только на товаре, что не дает возможность возможно получать прибыль не только от товара, но и от работ и услуг, оказываемых компанией в своей профессиональной области. В этом отношении «Комбинат «Волна» имеет преимущество перед «Акмаш-Холдинг», поскольку оно не только производит и поставляет товары, а также оказывает работы по установлению кровли и пред- и пост продажные услуги. Сравнивая политики двух организаций, можно оценить эффективность у обеих. «Комбинат «Волна» разрабатывает качественную продукцию, но ориентируется на потребителей среднего и выше среднего сегмента. В то время как у «Акмаш-Холдинг» главной задачей является выявление конкурентной цены. Сбыт в компании «Акмаш-Холдинг» осуществляется путем доставки продукции напрямую потребителю, что исключает появление дополнительных издержек. Зачастую компании «перекупы» продают товары, выступая посредником между потребителем и производителем, взяв на себя логистику, за определенный процент. Грамотный отдел сбыта на предприятии способен сам просчитать логистику груза позволяет избежать дополнительных трат как предприятие поставщика, так и конечного потребителя. Выявляя эффективность сбытовой политики, принимаемой на «Акмаш-Холдинг», сделаем вывод, что данная организация имеет преимущество перед ООО «Комбинат Волна», так как у нее разработан грамотный отдел сбыта, который просчитывает логистику груза, тем самым сокращая затраты. И у данной организации, и у ООО «Комбинат «Волна» слабая политика продвижения. С увеличением затрат на рекламу увеличилось и количество реализованной продукции «Акмаш-Холдинг». Так, затраты на рекламную кампанию возросли на 20,25%, в то время как выручка возросла на 55,19%. Это говорит о положительной динамике, но стоит отметить, что если улучшить политику продвижения, используя более востребованные каналы продвижения, то можно будет заметить более стремительную динамику выручки, и соответственно – прибыли.

Таким образом, ООО «Комбинат «Волна» выбрала правильную стратегию товарной политики, направленную на удовлетворение потребностей покупателя и создании имиджа товара. Ценовая политика компания создает имидж стабильного и надёжного партнёра. Политика продвижения компании включает в себя продвижение товара, а так же привлечение новых клиентов посредством различных средств массовых коммуникаций, что положительно влияет на деятельность организации. Следует отметить качественный пред- и послепродажный сервис, возможность выполнения индивидуальных заказов, создана система

скидок для оптовых покупателей, гарантийное обслуживание. Но для более эффективной работы необходимо усовершенствование в части, касаемо привлечения и удерживания клиентов, построения рекламной кампании, охвата целевой аудитории. Продажа товаров осуществляется посредством сбыта в условиях одного региона, что снижает возможную прибыль и дальнейшее развитие организации за пределами региона.

Для достижения поставленных задач по увеличению объемов продаж необходимо расширение зоны продаж продукта на рынки регионов, данное направление становится приоритетным, необходимо направить усилия в данное направление. Чтобы привлечь потенциального клиента приобрести товар рассмотрим следующие принципы.

Для того чтобы разграничить распределение продаж товара, необходимо определить несколько уровней каналов сбыта. Нулевой – непосредственная реализация конечным потребителям в Красноярском крае и за его пределами: частным застройщикам – физическим лицам – и средним и крупным застройщикам – юридическим лицам, ведущим застройку микрорайонов, посёлков. Первый уровень – мелкооптовые продажи в г. Красноярске. Второй уровень – мелкий и средний опт (перепродавцы за пределами Красноярского края). Третий уровень – региональные оптовики, основными каналами продаж в рамках существующей системы определены торговые точки оптовиков и розничные магазины, собственный фирменный магазин, прямые продажи (работа с застройщиками).

Находясь в условиях конкурентной борьбы, компании необходимо привлекать и удерживать клиентов. Способами реализации такой политики выступают: формирование положительного имиджа компании не только искусственными путями (PR), но и качественным обслуживанием, заботой о деловой репутации и сохранении ее; максимально возможное распространение информации о продукте; Интернет ресурсы; максимальное обеспечение поддержание информированности клиентов о компании, производимой продукции, условиях поставок; проведение политики стабильности цены / качества / поставки.

Для совершенствования сбытовой политики предлагается разграничить уровни каналов сбыта по территории РФ, от непосредственной реализации конечным потребителям в Красноярском крае до продаж региональными оптовиками. Для политики продвижения предложены следующие изменения: расширение географии рекламной кампании путем разграничения регионов на группы с разным приоритетом (более ста тысяч человек и менее), для каждой группы необходимо разрабатывать отдельный маркетинговый план, с учетом специфики региона; разработка способов для привлечения и удержания клиентов; поэтапное построение рекламной кампании для эффективности продвижения рекламного продукта, с учетом анализа первых двух-трех лет продвижения продукта в регионе; введение должности «региональный специалист», что позволит компании сосредоточиться на продвижении продукта в регионах.

Оценивая предложенную сбытовую политику рассмотрена возможная прибыль организации в разных регионах страны, выявлены самые благоприятные регионы для сбыта продукции: Кемеровская область, Иркутская область, Алтайский край. Наиболее эффективным будет рекламная кампания в Кемеровской области с параллельным выстраиванием сбытовой политики с политикой продвижения.

Список литературы

1. Круковская Т.А. Организация управленческого учета на предприятиях химической промышленности // диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Новосибирский государственный университет экономики и управления. Новосибирск, 2006.
2. Тюленева Т.А. Формирование системы управленческого учета на промышленных предприятиях. Москва, 2016.
3. Моисеева Н.К., Конышева М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии. Москва: Финансы и статистика, 2005.
4. Белоусова С.Н., Белоусов А.Г. Маркетинг. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003.
5. Титова Н.Е., Кожаев Ю.П. Москва: Владос, 2004.
6. Прошкина Т.П. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
7. Соловьев Б.А. Москва: Инфра-М, 2005.

Файзулин Кристиан Русланович, студент гр. ЭЭ19-17МГТР.
Научный руководитель – Смирнова Татьяна Анатольевна, к.э.н, доцент
(СФУ, г. Красноярск)

ОЦЕНКА И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

Организация дополнительного образования согласно ст. 23 Федерального закона «Об образовании» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (далее – Федеральный закон № 273) – это образовательная организация, осуществляющая в качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по дополнительным общеобразовательным программам.

Частной организацией дополнительного образования является образовательная организация, созданная в соответствии с законодательством Российской Федерации физическим лицом или физическими лицами и (или) юридическим лицом, юридическими лицами или их объединениями, за исключением иностранных религиозных организаций (п. 7 ст. 22 Федерального закона № 273).

Понятие конкуренции образовательных учреждений формулировали многие авторитетные эксперты современности, в числе которых Азоев Г.Л., За-

вьялов П.С., Лозовский Л.Ш., Поршнева А.Г., Райзберг Б.А., Киперман Г.Я., Перцовский Н.И. [2–6], но все они приходили к одному выводу: конкуренция в сфере образования – это соперническая борьба образовательных учреждений за привлечение максимального количества потребителей образовательных услуг путем улучшения качества предоставляемой услуги.

Основой конкурентоспособности образовательного учреждения является качество образования, наличие квалифицированных специалистов, материальная база, оригинальные образовательные технологии и программы.

Практика функционирования организаций дополнительного образования детей показывает, что основными факторами усиления конкуренции в настоящий период являются:

1) увеличение количества негосударственных образовательных организаций различного профиля и уровня, предлагающих образовательные программы для удовлетворения разнообразных образовательных потребностей;

2) возможность участия в конкурсе за государственное задание не только государственных образовательных организаций, но и негосударственных, увеличивающая количество потенциальных продавцов образовательных услуг;

3) сокращение объема и изменение структуры государственного задания в условиях жестких бюджетных ограничений;

4) формирование единого мирового образовательного пространства и рост мобильности потенциальных обучаемых, сопровождающиеся, с одной стороны, увеличением количества конкурентов, с другой – новыми возможностями привлечения качественного состава преподавателей.

В 2019 г. проведен онлайн-опрос Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации «Оценка состояния конкурентной среды в России» при участии 1300 респондентов, которые отметили наиболее популярные способы повышения конкурентоспособности организаций, оказывающих услуги дополнительного образования детей (при ответе на вопрос можно было выбирать несколько вариантов) [1]:

а) снижение затрат на оказание услуг – 61% респондентов;

б) повышение квалификации персонала – 47% респондентов;

в) приобретение технологий, ноу-хау, лицензий – 36% респондентов.

В связи с ростом налогов и нестабильностью российского законодательства в отношении регулирования деятельности предприятий, наименее активными в части выхода на новые рынки респонденты посчитали представителей сферы дополнительного образования – 55%.

Не удовлетворены действиями вмешательства и инициативы органов власти остались 42% респондентов, обосновывая свою точку зрения тем, что это только мешает развитию бизнеса, в частности коммерческим образовательным учреждениям.

Ввиду сложности и длительности процесса получения разрешений и лицензий на оказание образовательной услуги, 55% респондентов отметили данный факт, как существенное препятствие, тормозящее развитие рынка образовательных услуг. Также 36% респондентов признают значительные трудности относительно необходимости установления партнерских отношений с органами власти, а 27% респондентов акцентировали внимание на такой проблеме, как недостаток квалифицированных кадров.

На конкурентоспособность учреждений дополнительного образования детей влияют внешние и внутренние факторы. К внешним факторам конкурентоспособности относят: социально-демографические, научно-технические, экономические, маркетинговые, политико-правовые факторы. На эти факторы организация повлиять не может слабо и косвенно. Определяемые автором работы внутренние факторы, на которые организация имеет непосредственное влияние, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Внутренние факторы конкурентоспособности организации дополнительного образования

Фактор	Составляющие элементы
Качество образовательных услуг	состав программ и форм обучения; уровень многообразия и вариантности форм и видов обучения
	уровень преподавательского состава (опыт работы, квалификационная категория, прохождение переподготовки, КПК)
	уровень информационно-методического обеспечения
	уровень материально-технической базы
	творческий и новаторский характер образования, практическая направленность обучения
Доступность образовательных услуг	ценовая политика, гибкие условия оплаты, оплата за дополнительные образовательные услуги
	коммуникационная политика, результативность стратегии продвижения образовательных услуг (уровень развития рекламной деятельности)
	выгодное географическое местоположение учреждения
Качество организационного обеспечения процесса предоставления образовательных услуг	организационная структура управления, система управления финансами
	получение права выдачи документов об окончании курса образовательного учреждения с учетом многоуровневой системы обучения, наличие лицензии на ведение образовательной деятельности, свидетельств об аттестации
	наличие гибкого графика занятий, удобного расписания, оптимальная длительность оказания услуг
	обеспечение возможностей и гарантии качества образования (лицензирование образовательных программ, наличие международных сертификатов у преподавателей, наличие возможности сдачи международного экзамена)
	корпоративная культура образовательного учреждения
	наличие партнерских отношений с зарубежными школами в целях организации поездок
	уровень обеспеченности социальной инфраструктурой
Имидж	длительность деятельности учреждения на рынке дополнительного об-

	разования
	осуществление рекламных и PR-акций
	репутация учреждения
	отзывы обучающихся и родителей
другие	глубина специализации
	применение информационных технологий обучения
	высокий уровень научно-методического и финансового обеспечения процесса оказания образовательных услуг
	проведение научно-исследовательских работ, их востребованность
	развитость социально-культурной базы образовательного учреждения
	непрерывность, творческий и новаторский характер образования
	практическая направленность обучения
	оптимальная длительность оказания образовательных услуг
	адекватность образования, его соответствие потребностям и задачам развития экономики, культуры, науки

Проанализировав представленные в таблице данные, можно предположить, что основными направлениями повышения конкурентоспособности на рынке частных организаций общего образования являются: приобретение технологий, патентов, лицензий, ноу-хау; разработка необычной образовательной программы; реклама; обучение персонала; грамотная ценовая политика; оптимальный график занятий; борьба за выгодное географическое положение.

Основным фактором конкурентоспособности образовательной организации является качество предоставляемых образовательных услуг, для повышения которого с точки зрения государственного регулирования, необходимо обеспечить следующие условия: благоприятную конкурентную среду, систему управления качеством, обеспечение возможности повышения профессионального уровня преподавательского состава и материально-технической базы образовательного процесса, а также информационно-методического обеспечения.

Отсутствие развитой конкуренции между образовательными организациями неблагоприятно сказывается на качестве предоставляемых услуг, что впоследствии отражается на образовании детей.

Список литературы

1. Доклад аналитического центра при Правительстве РФ «Об оценке состояния конкурентной среды в России». – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/21420.pdf> – [06.09.2020].
2. Адлер Ю.П. Качество и рынок, или как организация настраивается на обеспечение требований потребителей // Поставщик и потребитель. – М.: Стандарты и качество, 1999. – С. 47–59. – Режим доступа: <https://www.inventech.ru/lib/sfq/sfq-0011/> – [06.09.2020].
3. Вирабова М.Р., Муртазова Л.А. Направления развития сферы образовательных услуг как исключительного фактора экономического роста национальных экономик // Бизнес в законе. Экономико-юридический жур-

нал. – 2014 – № 3. – С. 136–139. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-sfery-obrazovatelnyh-uslug-kak-isklyuchitelnogo-faktora-ekonomicheskogo-rosta-natsionalnyh-ekonomik> – [06.09.2020].

4. Степанова Г.Н. Разработка системы инновационного управления организациями: монография. – М.: МГУП, 2008. – 283 с. – Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/razrabotka-sistemy-innovatsionnogo-upravleniya-organizatsiyami-na-primere-poligraficheskoi-d> – [06.09.2020].

5. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 170 с. – Режим доступа: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2008/Zaharova> – [06.09.2020].

6. Молочников Н.Р., Реутова И.В., Лобовская Т.А. Конкурентоспособность образовательных учреждений: ключевые факторы успеха // Научный журнал «Успехи современного естествознания». – 2004. – № 8 – С. 134-135». – Режим доступа: <https://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=13342> – [06.09.2020].

7. Файзулин К.Р. Проблемы и перспективы развития системы дополнительного образования детей – выпускная квалификационная работа бакалавра: 38.03.04 / Файзулин. К.Р. – Красноярск: СФУ, 2019. – Режим доступа: <http://elib.sfu-kras.ru/handle/2311/112746> – [06.09.2020].

Фаляхов Руслан Фаридович, студент гр. ОУб-181.

Научный руководитель – Бугрова Светлана Михайловна, к.э.н., доцент (КузГТУ, г. Кемерово)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАШИНОСТРОЕНИЯ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ

Промышленность России столкнулась со многими трудностями после перехода к рыночным отношениям и до сих пор находится в сложной ситуации. Наиболее конкурентоспособными оказались добывающие отрасли и отрасли, связанные с торгово-посреднической деятельностью, куда вкладывались основные ресурсы. В результате в машиностроении устарел парк оборудования, сократилось производство, кадровый потенциал уменьшился.

Нужно отметить, что большинство отечественных машиностроительных предприятий до сих пор являются монополистами, для которых существует монополист потребитель. Такое монополистическое воздействие создает стагнацию, которая проявляется в отсутствии необходимости глобальных изменений в производстве, нежелании менять специализацию и выводит предприятия из сферы конкурентной борьбы [1].

Индекс производства продукции машиностроительного комплекса России постоянно колеблется. По итогам 1 квартала 2020 года он составил 95,5% к предыдущему году (рисунок 1).

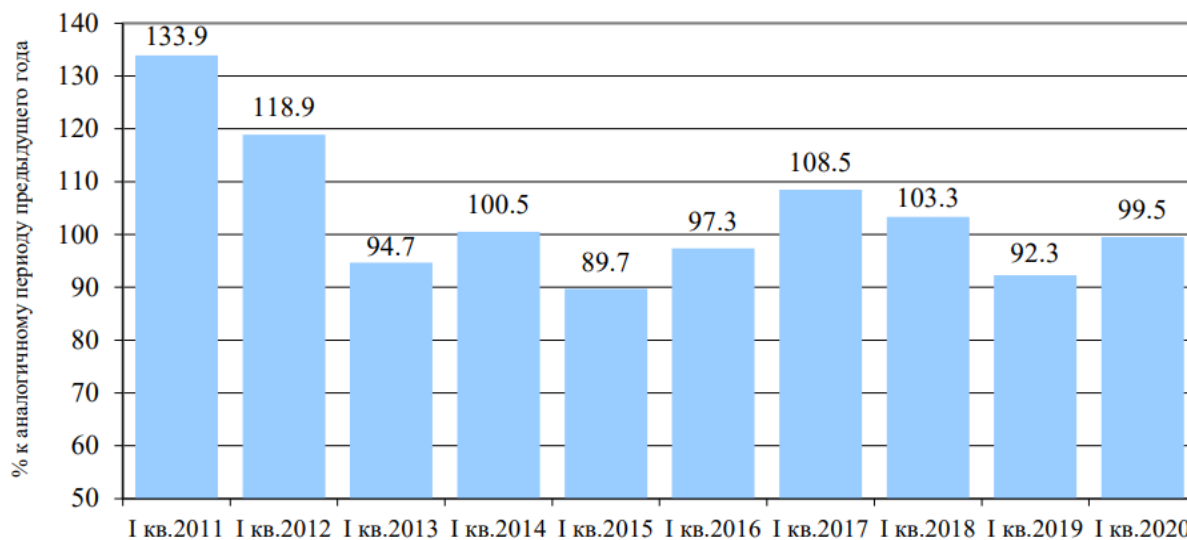


Рисунок 1 – Индекс производства в машиностроительном комплексе [2]

Самое значительное снижение производства, из-за сокращения внутреннего спроса, уже второй год наблюдается в автомобилестроении. В январе – июне 2020 г. было произведено 510 тыс. штук легковых автомобилей, что на 34,9% меньше, чем в аналогичном периоде 2019 г. Эксперты РИА Рейтинг полагают, что в 2020 году машиностроительный сектор пострадает больше других промышленных отраслей. Спад может составить десятки процентов в зависимости от сроков восстановления экономики после резкого снижения нефтяных цен и пандемической изоляции [3].

На сегодняшний день Россия не входит в первую десятку стран – лидеров машиностроения. Так, например, по выпуску новых автомобилей в 2020 году Россия занимает только 14 место (таблица 1) [3].

Существуют и другие причины, из-за которых многие предприятия отрасли оказываются не конкурентоспособными. Одна из них - рост конкуренции на мировых рынках вследствие присоединения к всемирной торговой организации. В результате потребность во многих машинах и оборудовании удовлетворяется за счёт импорта, так как продукция зарубежных конкурентов оказывается дешёвой и более технологичной.

Россия, несмотря на огромные возможности развития машиностроения, в международном рейтинге выделяется лишь производством вооружения и космической техники и вынуждена импортировать много видов машин.

Таблица 1 – Динамика производства автомобилей в январе-мае 2020 г., шт.

Страна	Январь	Май	Итого
1. Китай	1767189	2187361	7762774
2. Япония	754756	329399	3109197
3. США	892313	205421	2739556
4. Южная Корея	251575	231099	1330515
5. Германия	357019	163766	191218
6. Мексика	320405	22119	1173180
7. Индия	413366	29133	1027049
8. Испания	218776	123140	693191
9. Бразилия	183185	37831	594776
10. Таиланд	156266	56035	534428
11. Франция	132613	71729	441750
12. Канада	131836	32417	415860
13. Турция	108680	50994	404220
14. Россия	98809	0	399783
15. Чехия	102850	50159	354241

Ситуация усложняется и из-за множества негативных факторов [4, 5], оказывающих влияния на эффективность деятельности машиностроительных предприятий и их конкурентоспособность:

- технологическое отставание предприятий и как следствие высокий уровень затрат, связанный с использованием устаревших технологий и оборудования;

- недостаточное инвестирование в машиностроение из-за множества рисков и длительного периода окупаемости;

- ориентированность на внутренний рынок и государственные заказы;

- высокая доля постоянных расходов в себестоимости продукции, связанная с неоптимальными размерами инфраструктуры машиностроительных предприятий;

- массовый импорт аналогичной продукции и отсутствие отечественного производства высококачественных комплектующих [2].

Считается, что для лучшего развития машиностроения требуется соблюдение пропорций 1:2:4. Где 1 – это темп развития хозяйства и экономики страны, 2 – состояние машиностроительной сферы, а 4 – уровень развития электроники и приборостроения. К сожалению, в России это соотношение совсем иное – 1:0,98:1. Именно поэтому наш машиностроительный комплекс не может составить конкуренцию зарубежным странам [6].

Существующие проблемы машиностроительного комплекса, требуют от отечественных предприятий новых эффективных действий, направленных на создание у них конкурентных преимуществ. Для этого необходимо использовать накопленный опыт зарубежных компаний в стратегическом управлении. Для успешного развития производств машиностроения, про-

дукция которых востребована экспортно-ориентированными отраслями, необходим переход к новому технологическому укладу, на пороге которого стоят США, Китай, Япония и другие р страны.

Среди основных путей развития и повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий России в перспективе можно выделить:

- снижение износа основных средств за счёт введения нового оборудования и новых технологий, покупка которых должна адекватно отражаться на снижении местных налогов внутри предприятия;

- повышение эффективности структуры кадров: доля квалифицированных рабочих, в связи со сложностью и наукоемкостью продукции машиностроения, должна быть не менее 65%;

- регулирование цен на комплектующие изделия в составе машиностроительной продукции;

- устранение монополий, которые составляют 80% производств России;

- развитие инновационной активности предприятий [7].

На данный момент одним из главных путей роста является государственная поддержка производителей и потребителей машиностроительной продукции. В 2017 г. Правительство РФ утвердило Стратегию развития машиностроения на период до 2030 г. по основным отраслевым направлениям: тяжелого машиностроения, транспортного машиностроения и сельскохозяйственного машиностроения. Разработанные Минпромторгом РФ документы содержат ключевые текущие и перспективные параметры, согласно которым к 2030 г. доля продукции российского машиностроения должна составить 70% внутреннего рынка. Также меры поддержки оказывает Фонд развития промышленности, созданный для организации новых производств, модернизации промышленности и обеспечения импортозамещения. Для реализации проектов фондом предоставляются целевые займы от 50 до 750 миллионов рублей по ставке 1,3 и 5% годовых на срок до семи лет [8].

Принятые меры уже способствовали сокращению импорта машиностроительной продукции, который в марте 2020 года упал на 6,6% в годовом сравнении. Импорт сократился за счет снижения поставок летательных аппаратов на 22,7%, средств наземного транспорта - на 16,6%, судов и плавучих средств - на 6,6%, электрооборудования - на 5,2%. Однако закупки железнодорожных локомотивов возросли на 42,4%, инструментов и аппаратов оптических - на 7,7%, механического оборудования - на 2,0% [9].

В заключение хотелось бы отметить, что для перехода к устойчивому инновационному развитию российскому машиностроению необходима прежде всего модернизация. Опережающее развитие отраслей, насыщение производства новыми технологиями и техническими средствами, является, в конечном итоге, основным источником повышения производительности

труда, эффективности производства, а значит – роста конкурентоспособности машиностроения.

Список литературы

1. Гунина И. А. К вопросу о проблемах повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий / И. А. Гунина, Ю. А. Савич. – Текст: электронный // Вестник науки и образования, № 12 -1, 2011. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-problemah-povysheniya-konkurentosposobnosti-mashinostroitelnih-predpriyatij/viewer>
2. Риа-Рейтинг: машиностроение тенденции и прогнозы, итоги января-марта 2020 года, – выпуск № 38. – URL: https://riarating.ru/industry_newsletters/20200619/630172177.html (дата обращения: 12.07.2020). – Текст: электронный.
3. Auto. Vercity: Статистика продаж новых автомобилей в 2020 году. - URL: <https://auto.vercity.ru/statistics/production/2020/> (дата обращения: 12.07.2020). – Текст: электронный.
4. Михайлов В.Г., Бугрова С.М. Исследование эффективности управления природоохранной деятельностью на Кемеровском ООО ПО «Химпром» // В мире научных открытий. 2013. № 10 (46). С. 36-55.
5. Киселева Т.В., Михайлов В.Г. Экспресс-анализ эколого-экономических показателей предприятия, как элемент принятия эффективного управленческого решения // Информационно-телекоммуникационные системы и технологии: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Кемерово: КузГТУ. 2014. С. 71-72.
6. Справочник: Машиностроение в России. – URL: https://spravochnick.ru/mashinostroenie/razvitie_mashinostroeniya_v_rossii/ (дата обращения: 12.07.2020). – Текст: электронный.
7. Арсеньева Н. В. Актуальные проблемы повышения конкурентоспособности машиностроительных предприятий в современных условиях / Н. В. Арсеньева, Л. М. Путятин, А. В. Желтенков. – Текст: электронный // Вестник ГУУ. № 7. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-povysheniya-konkurentosposobnosti-mashinostroitelnih-predpriyatii-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 12.07.2020).
8. Пивоварова Е.К., Бугрова С.М. Конкурентоспособность машиностроения на отраслевом рынке. – Текст: электронный // Сборник материалов XI Всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием «Россия молодая», 16-19 апреля 2019 г., г. Кемерово. – Кемерово, 2019. – URL: <http://science.kuzstu.ru/wp-content/Events/Conference/RM/2019/RM19/pages/Articles/80346.pdf> (дата обращения: 12.07.2020).
9. УнтерФакс: Экономика. – URL: <https://www.interfax.ru/business/702992> (дата обращения: 12.07.2020). – Текст: электронный.

Чернова Ольга Анатольевна, д.э.н., профессор
(ЮФУ, г. Ростов-на-Дону)

ПОЛИАСПЕКТНОСТЬ ЗАДАЧ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ

Естественные монополии занимают важное место в российской экономике. Возникновение естественных монополий, как известно, связано с технологическими особенностями производства, в силу которых деятельность предприятия оказывается либо экономически неэффективной, либо неэффективной с точки зрения общественной полезности, либо противоречит государственным интересам. В результате, предприятия естественной монополии не могут функционировать в условиях конкурентного рынка. Согласно Реестру естественных монополий 2020 года к ним относятся компании, осуществляющие свою деятельность:

- в топливно-энергетическом комплексе,
- в сфере транспорта,
- в сфере связи,
- в сфере транспортировки нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам, транспортировки газа по трубопроводам,
- в сфере водоснабжения и водоотведения с использованием систем коммунальной инфраструктуры,
- в сфере захоронения радиоактивных отходов.

В отношении субъектов естественных монополий осуществляется государственное регулирование и контроль, что объясняется в большей степени политическими причинами. Так, К.Р. МакКоннелл и С.Л. Брю отмечают, что «в случае отсутствия государственного контроля монополия способна оказывать влияние на институты государственной власти, причем не всегда в пользу общественных интересов» [1].

Несмотря на предпринимаемые государством меры в сфере регулирования деятельности естественных монополий повышение аллокативной эффективности не происходит. В частности, затраты на энергоносители в России в несколько раз выше чем в других странах (США, Китай, страны ЕС и др.), транспортные ж/д тарифы являются непосильными для многих предприятий, качество оказания услуг водоснабжения и водоотведения не соответствует целям роста общественного благосостояния.

Анализ функциональных ролей государства в регулировании деятельности естественных монополий позволяет сделать вывод о наличии многоканального поликомпонентного воздействия, выражающегося реализацией совокупности экономических, институциональных, организационно-информационных и других механизмов. Основные функциональные роли государства укрупнено можно обозначить как «мегарегулятор» и «квазисобственник». Содержание данных ролей заключается в следующем.

Как мегарегулятор государство, в первую очередь, реализует надзорные функции, осуществляя:

- технический контроль в целях обеспечения надежности и безопасности деятельности предприятий естественных монополий;
- контроль тарифов для поддержания определенного уровня благосостояния населения и обеспечения доступности продуктов и услуг естественных монополий потребителям.

Наряду с надзорными функциями как мегарегулятор государство также реализует функции институционального посредника, что выражается в разработке единой методологии, методики и механизмов формирования стратегии развития естественных монополий, а также в нормативно-правовом закреплении правил и норм поведения участников рынка. Характеризуя роль государства как институционального посредника, стоит отметить, что в отличие от рыночных институтов нормативно-правовая деятельность государства ориентирована на удовлетворение общественных потребностей.

В целом, как отмечает Р. Нуреев, «государственное регулирование деятельности естественных монополий можно рассматривать как долгосрочный специфический контракт между государством и фирмой, занимающейся особым видом деятельности. Через контроль ценообразования в одностороннем и принудительном порядке государством вводятся ограничения на допустимый размер прибыли, то есть ограничивается право на присвоение остаточного дохода. А предприятие, в соответствии с контрактом, получает доступ к специфическим ресурсам или особому виду деятельности, и главное – полную или частичную защиту от конкурентов» [2].

Наряду с функцией мегарегулятора по отношению к естественным монополиям государство выполняет функцию квазисобственника. Это выражается в том, что государство реализует модель поведения, схожую с моделями поведения частных компаний – ориентация на максимизацию прибыли и повышение конкурентных позиций предприятия. В данном контексте позиция государства выражается так: продукция (услуги) естественных монополий не являются социальным благом; это товар, за который надо платить. Обеспечение прибыльности деятельности естественных монополий является необходимым условием их модернизационного развития. То есть, чтобы не допустить технологического отставания отрасли следует стратегические интересы развития ставить выше решения текущих задач.

Данные противоречия в реализации функций мегарегулятора и квазисобственника приводят к некоторой размытости мер государственной политики в отношении регулирования деятельности естественных монополий. Во многом это связано с преобладанием надзорных функций над функциями институционального посредника в части достижения баланса интересов всех участников рыночных отношений.

В установлении баланса интересов при регулировании деятельности естественных монополий, как нам представляется, нельзя ориентироваться исключительно на механизм ценообразования как важнейшего рычага обеспечения равновесия. Это в немалой степени связано и с преобладанием политических мотивов в вопросах установления тарифов на продукцию деятельности естественных монополий.

Представляется, что баланс интересов может быть обеспечен на основе реализации описанной В.А. Рожковым модели сорегулирования. Данная модель позволяет интегрировать административные и организационные ресурсы государственного регулирования и экономического потенциала бизнеса. Отличительной характеристикой модели сорегулирования является выделение в ней следующих сфер:

- «сфера функционирования рынка, где возможной действие рыночных механизмов конкуренции;
- сфера прямого государственного регулирования, где не действуют рыночные механизмы;
- сфера сорегулирования, где совместно реализуются косвенные механизмы государственного регулирования, конкурентные механизмы и механизмы государственно-частного партнерства» [3].

Сложность реализации механизма сорегулирования связана с наличием противоречий отраслевого и регионального развития, а также внутренних противоречий при реализации государством функций мегарегулятора и квазисобственника. Тем не менее, реализация данной модели, по нашему мнению, позволит преодолеть имеющийся разрыв между политическими и экономическими мотивами развития естественных монополий.

Список литературы

1. МакКоннелл, К.Р., Брю, С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. – Таллин: АО «Римол», 1993. Т. 2 – 974 с.
2. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ) / под ред. Р.М. Нуреева. 2-е изд. испр. и дополн. В 3х частях – М.: МОНФ, 2003. – 349 с.
3. Рожков, В. А. Модель сорегулирования как инструмент согласования интересов в электроэнергетике // TERRA ECONOMICUS, 2014. – Т. 12. – № 2-3. – С. 80–83.

Черных Руслан Евгеньевич, студент гр. БЭс-164
 (Филиал КузГТУ в г. Междуреченске, г. Междуреченск)
 Научный руководитель – Тюленева Татьяна Александровна, к.э.н., доцент
 (КузГТУ, г. Кемерово)

ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОСТИ К ФИНАНСОВЫМ РИСКАМ КОМПАНИЙ «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКИ» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ РОССИИ

В настоящее время рынок мобильной связи четко распределен главным образом между четырьмя крупными компаниями. «Большая четверка» предлагает свои услуги в близких ценовых диапазонах, в то же время пристально изучая позиции каждого конкурента, чтобы оперативно скорректировать условия и формы их предоставления и среагировать на изменения рынка. В условиях растущей интенсивности перехода абонента от одного оператора к другому, а также склонностью потребителя при выборе оператора мобильной связи учитывать аналогичные предпочтения своего круга общения, потеря оператором одного абонента создает угрозу снижения числа потребителей услуг в геометрической прогрессии [1]. В этой связи имеет большое значение оценка устойчивости компаний «большой четверки» к финансовым рискам.

Для оценки тенденций изменения положения операторов «большой четверки» в первую очередь исследуем темпы прироста статей бухгалтерского баланса и отчета, базовым периодом принимается 2014 год, поскольку одна из формирующих ее ныне компаний – ООО «Т2 Мобайл» – начала свою деятельность на рынке мобильной связи с 18 июля 2013 года. Данные для проведения оценки представлены на рисунке 1.

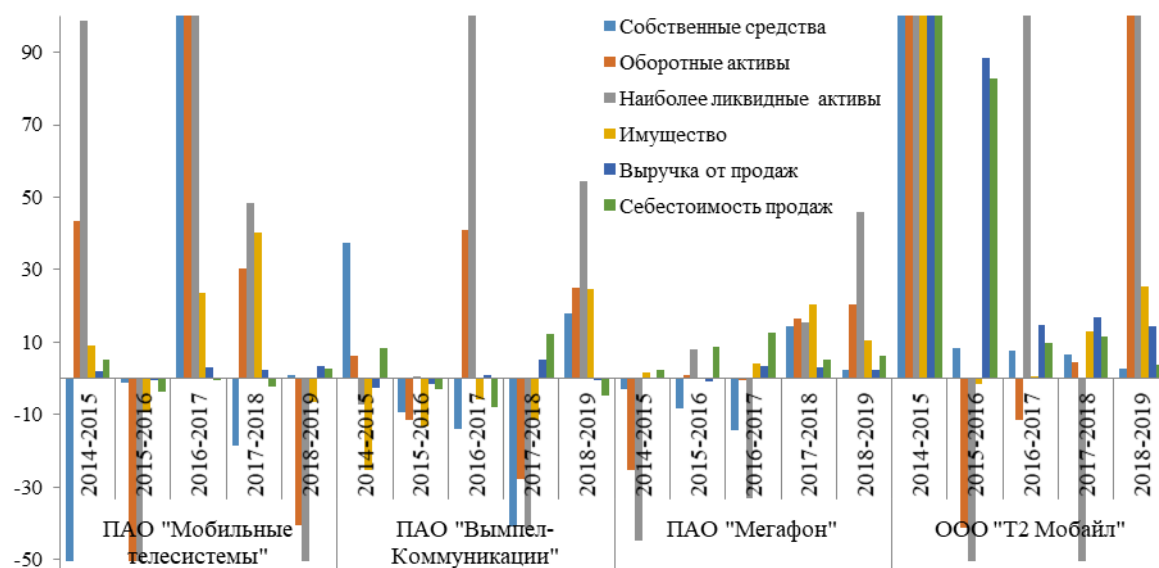


Рисунок 1 – Темпы прироста статей финансовой отчетности операторов «большой четверки» в 2014-2019 гг., % [2]

Из представленных данных можно заключить, что наиболее высокие и практически стабильно положительные темпы прироста большинства показателей отмечены у ПАО «Мегафон»: в целом за 6 лет его имущество выросло на 40 %. Но выручка от продаж компании выросла за 6 лет на 8 %, в то время как себестоимость продаж – в 1,4 раза, что не дает компании конкурентные преимущества при установлении тарифов на услуги мобильной связи по сравнению с другими мобильными операторами и указывает на растущие затраты оператора на обеспечение деятельности.

Наличие конкурентных преимуществ при снижении тарифов на услуги мобильной связи демонстрирует ПАО «Мобильные телесистемы» – на каждые 10 % роста выручки от продаж оператора приходится только 2 % роста себестоимости продаж в целом за 6 лет, кроме того, у компании благоприятные темпы прироста собственных средств и активов. Однако темпы прироста статей финансовой отчетности по отдельным годам рассматриваемого периода нестабильны – за значительным ростом следует не менее существенный спад и наоборот.

Высокие значения темпов прироста показателей, свидетельствующие об активной политике завоевания рынка мобильной связи, демонстрирует самый «молодой» участник «большой четверки» – ООО «Т2 Мобайл». О перспективах роста данной компании, а значит, и о наличии конкурентных преимуществ предлагаемых ею услуг, можно судить по приросту выручки от продаж почти в 3 раза на фоне роста себестоимости в 2,3 раза, причем тенденция нарастания данного разрыва наметилась в последние 3 года.

Далее для оценки устойчивости ведущих операторов мобильной связи к финансовым рискам для получения конкурентных преимуществ выполним анализ относительных показателей финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности компаний «большой четверки» в сравнении внутри группы, а также сопоставим их значения со среднеотраслевыми показателями за аналогичные периоды [3]. Для этого проиллюстрируем их значения на рисунке 2. По представленным данным можно отметить, что показатели финансовой устойчивости ни у одной из компаний «большой четверки» не соответствовали в анализируемом периоде ни нормативам, ни среднеотраслевым значениям. Так, значения коэффициента автономии в среднем по отрасли, несмотря на несоответствие минимально допустимому нормативу на 25-30 процентных пунктов, в 2014-2019 годах имели тенденцию к росту; у ведущих операторов мобильной связи, наоборот, наблюдалась тенденция дальнейшего снижения. Наиболее неблагоприятные значения и динамика данного показателя наблюдались у ПАО «Мобильные телесистемы» (несоответствие среднеотраслевому в разные годы от 2 до 6 раз) и ООО «Т2 Мобайл» (2-3 раза).

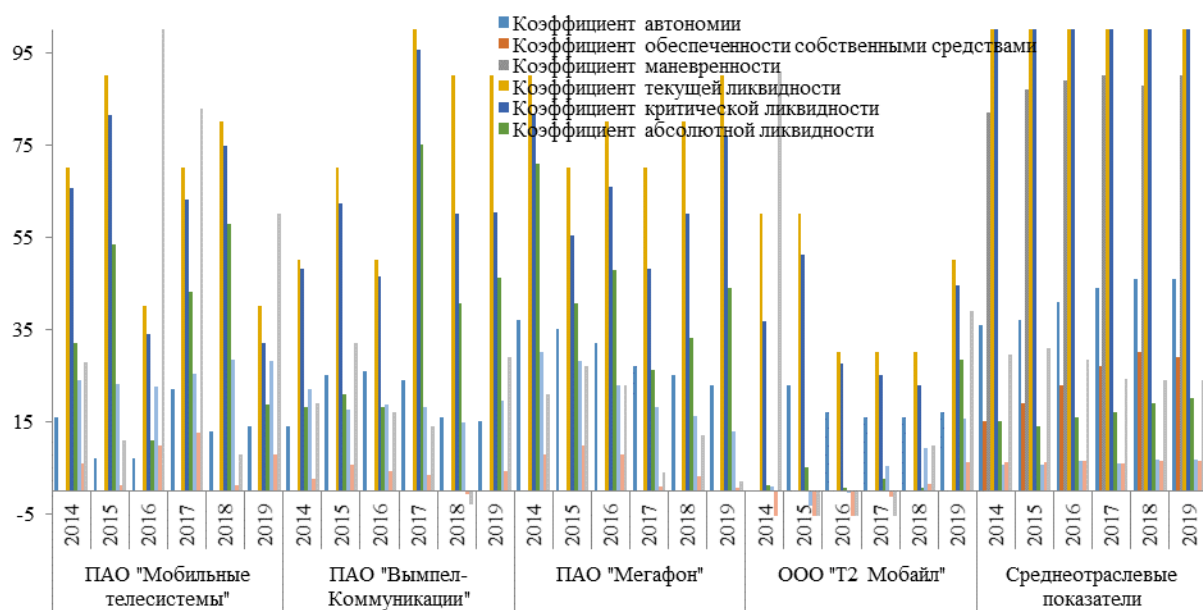


Рисунок 2 – Относительные показатели финансовой устойчивости, платежеспособности и прибыльности операторов «большой четверки», % [2]

Кoeffициенты обеспеченности собственными средствами и маневренности в среднем по отрасли выше минимально допустимых по нормативу, у ведущих операторов они не определяются ни в одном из лет ввиду дефицита собственных оборотных средств, участвующих в их расчете. Сложившаяся неудовлетворительная финансовая устойчивость операторов «большой четверки» и неблагоприятные тенденции ее изменения указывают на их уязвимость со стороны компаний мобильной связи, не входящих в данную группу и обладающих резервами обеспечения финансовой независимости от внешних источников средств и перспективами повышения финансовой устойчивости в краткосрочной перспективе за счет эффективного использования собственных средств в мобильной форме, в условиях предложения потребителям услуг мобильной связи на более выгодных условиях.

Результаты сравнительного анализа среднеотраслевых и индивидуальных коoeffициентов платежеспособности позволили сделать следующие выводы. Операторы «большой четверки» в большинстве лет анализируемого периода обладали величиной наиболее ликвидных активов для обеспечения должной полноты расчетов по краткосрочным обязательствам, значения характеризующих данное соотношение коoeffициентов намного превышали как среднеотраслевые, так и нормативно установленные, что обеспечивает данные компании конкурентными преимуществами на рынке. Наиболее высокие значения и стабильную динамику показало ПАО «Мегафон», кроме того, отмечено, что «новичок» на рынке – ООО «Т2 Мобайл» на 6 год своей работы превысил среднеотраслевое значение коoeffициента абсолютной ликвидности.

Применительно же к остальным показателям ликвидности у компаний «большой четверки» наблюдались низкие значения средств в расчетах и запасов, что обусловило значения коэффициентов быстрой и текущей ликвидности, не соответствующие среднеотраслевому уровню, несмотря на то, что в отдельных периодах эти значения соответствовали нормативам (например, по коэффициенту быстрой ликвидности у ПАО «Мобильные телесистемы» в 2015 и 2018 годах, ПАО «Вымпел-Коммуникации» в 2017 году и ПАО «Мегафон» в 2014 и 2017 годах, а также коэффициенту текущей ликвидности у ПАО «Вымпел-Коммуникации» в 2017 году). Это может указывать на риски потери конкурентных преимуществ компаний от неиспользования возможностей, например, торговой деятельности сопутствующими товарами (оборудование для мобильной связи, аксессуары), так как сравнение значений коэффициентов быстрой и текущей ликвидности у «большой четверки» со среднеотраслевыми говорит о низком уровне товарных запасов у них.

Оценка среднеотраслевых и индивидуальных показателей прибыльности позволила сделать неоднозначные выводы о конкурентных преимуществах «большой четверки» и рисках их потери. Из положительных характеристик следует отметить тот факт, что показатели рентабельности продаж всех участников намного превышают среднеотраслевые значения в соответствующие периоды; ООО «Т2 Мобайл» достиг данного конкурентного преимущества в 2019 году. Наибольшие и стабильные показатели прибыльности основной деятельности в анализируемом периоде были у ПАО «Мобильные телесистемы». Сложившиеся значения показателей дают возможности всем компаниям маневрировать тарифами на услуги мобильной связи для привлечения новых клиентов без ущерба для прибыли по основной деятельности.

Относительно показателей рентабельности активов во многих периодах у ряда операторов «большой четверки» отмечены низкие в сравнении со среднеотраслевыми, и даже отрицательные, значения, что указывает на неэффективное управление активами по сравнению с компаниями, с более низкой долей рынка. В более выигрышном отношении по сравнению с другими находится в этом отношении ПАО «Мобильные телесистемы», у которого спад рентабельности активов по сравнению со среднеотраслевым уровнем наблюдался только в 3 годах из 6 исследуемых, а также ПАО «Мегафон» (4 из 6).

По показателям рентабельности собственного капитала в среднем по отрасли в течение 6 лет определялись значения в пределах 23-31 %, у всех операторов «большой четверки» наблюдались резкие перепады с амплитудой колебания от 5 до 10 раз и достижением отрицательных значений (ООО «Т2 Мобайл» и ПАО «Вымпел-Коммуникации»). Данная ситуация неблагоприятная для обретения дополнительных конкурентных преимуществ от привлечения новых инвестиций, так как показывает потенциаль-

ным инвесторам нестабильность окупаемости возможных вложений в бизнес.

Таким образом, по итогам выполненного сравнительного анализа вышеприведенных показателей можно сделать вывод о несомненном наличии конкурентных преимуществ в работе каждой из компаний «большой четверки» в отношении обладания резервами маневрирования ценами и тарифами для привлечения новых клиентов на рынке мобильной связи и наиболее ликвидными активами для развития деятельности, причем в этом отношении наиболее значимыми преимуществами обладает ПАО «Мобильные телесистемы» со стабильными показателями прибыльности продаж и прироста активов. Однако у всех ведущих операторов мобильной связи есть общие недостатки в финансовой устойчивости, платежеспособности и прибыльности деятельности в сравнении с ситуацией в среднем по отрасли, что делает их уязвимыми со стороны операторов мобильной связи с меньшей долей рынка, но обладающими большим запасом финансовой устойчивости и ликвидности [4]. К числу выявленных проблем относятся зависимость от внешних кредиторов, отсутствие перспектив роста финансовой устойчивости в краткосрочной перспективе за счет управления мобильными собственными средствами, дефицит средств в расчетах и запасов, а также риски доходности для потенциальных инвесторов. Устранение описанных недостатков обеспечит операторам сохранение конкурентных преимуществ на рынке мобильной связи России.

Список литературы

1. Исследование специфики рейдерства в угледобывающей промышленности России и Казахстана / Тюленева Т.А. // Молодежь и наука. материалы международной научно-практической конференции старшеклассников, студентов и аспирантов. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Нижнетагильский технологический институт (филиал). 2020. С. 454-456.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (Дата обращения: 22.08.2020).
3. Факторный анализ финансовых результатов / Круковская Т.А. // Бухгалтерский учет. 2017. № 11. С. 12.
4. Improvement of a technique of the organization of management accounting in the chemical industry / Tyuleneva T.A. // Europäische Fachhochschule. 2014. № 6. С. 84-94.

Чжан Шулинь, студент гр. ГЭМО-01-18
Научный руководитель – Коряков Алексей Георгиевич, д.э.н., профессор
(МИРЭА – Российский технологический университет, г. Москва)

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ

Финансовая устойчивость страховой компании означает, достаточен ли страховой фонд, накопленный страховой компанией, для выполнения возможных компенсационных обязательств [1]. Если при нормальных обстоятельствах доход страховой компании может покрыть компенсационные расходы, финансовая устойчивость страховой компании хорошая, в противном случае финансовая устойчивость страховой компании низкая. Финансовая устойчивость страховой компании тесно связана с платежеспособностью страховой компании и оказывая взаимное влияние и ограничивая друг друга [2]. Платежеспособность страховой компании означает способность страховой компании к экономической компенсации за риски, которые она берет на себя в случае компенсации и выплаты, превышающей обычные годы [3]. Чем выше платежеспособность страховой компании, тем выше ее финансовая устойчивость, финансовая устойчивость также является важным фактором, который влияет и определяет размер платежеспособности страховой компании. Сегодня, с открытием страховой отрасли, платежеспособность страховых компаний стала основным содержанием надзорных органов. Если страховая компания хочет улучшить свою платежеспособность, она должна взять в качестве гарантии повышение финансовой устойчивости страховой компании, постоянно повышать свою платежеспособность в рамках стабильной страховой операции и повышать свою конкурентоспособность на рынке [4].

Американская международная группа (AIG) - одна из крупнейших страховых групп в США, согласно рейтингу Forbes Global 2000, AIG занимает 18 место в мире. 16 сентября 2008 года ФРС предоставила AIG кредит в размере 85 млрд. Долл., Который испытывал финансовые затруднения из-за кризиса субстандартного ипотечного кредитования. Для этого ФРС будет принадлежать 79,9% акций AIG, и AIG должна продать активы, чтобы погасить этот огромный долг. 8 октября ФРС объявила, что снова предоставит AIG кредит в размере до 37,8 млрд. Долларов США, чтобы помочь AIG пополнить свою ликвидность [5]. В это время AIG была национализирована. Чтобы исследовать причины неудачи AIG в кризисе субстандартного ипотечного кредитования, виновником должно быть большое количество кредитных своп-контрактов (в дальнейшем именуемых CDS), выпущенных Финансовым продуктом AIG AIG (в дальнейшем именуемым AIGFP) [6]. Тем не менее, есть много глубоких причин инцидента AIG, среди которых неэффективный контроль рисков и отсутствие внешнего надзора являются двумя очень важными аспектами. В то же время ошибки

AIG также заставили нас задуматься о диверсификации и интернационализации страховой отрасли, что может привести ко многим рискам, которые невозможно точно определить и контролировать [7, 8].

Подводя итог, можно сказать, что логическая цепочка, которая вызвала финансовый кризис AIG: вспышка кризиса субстандартного ипотечного кредитования привела к огромным потерям продуктов CDS, продаваемых AIG, связанных с субстандартными кредитами, что привело к необходимости дополнительных денежных залогов и ипотеки активов для удовлетворения нормативных требований; Оборудование вызвало кризис денежных потоков, кризис денежных потоков вызвал снижение кредитного рейтинга AIG, согласно соответствующим положениям контракта CDS, если собственный кредитный рейтинг продавца продукта CDS (AIG) падает, продавец должен добавить денежные средства или активы в качестве обеспечения, что больше Обострился кризис денежных потоков AIG (см. Рисунок 1).

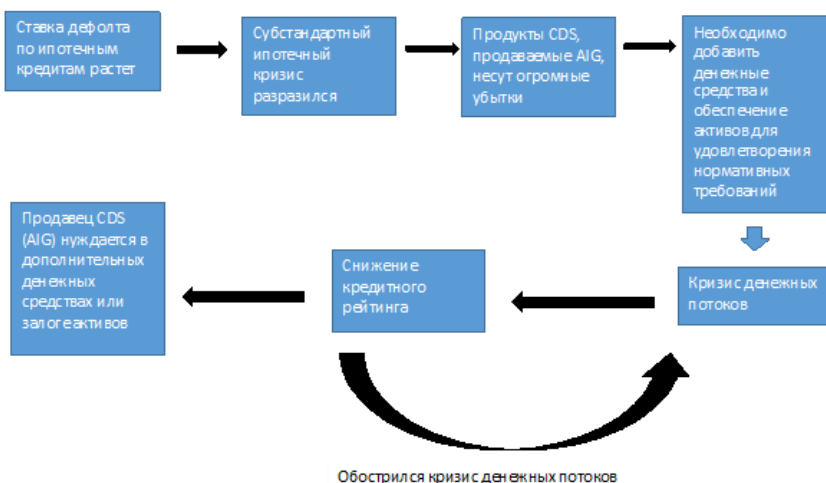


Рисунок 1 – Индикаторы финансовой устойчивости страховой компании [9]

Платежеспособность является основным показателем, который необходимо учитывать при измерении финансового состояния страховой компании. Платежеспособность - это способность страховщика погашать долги. Активы компании должны быть больше ее обязательств, а разница между признанными общими активами и обязательствами является профицитом страхователя [10].

Основными препятствиями для способности AIG улучшить платежеспособность являются:

1. Проблемы с внутренним контролем рисков.
2. Высокие риски скрыты за балансом
3. Использование моделей экономического капитала для распределения рискового капитала заставляет капитал сталкиваться с большими рисками [11].

Список литературы

1. Коряков А.Г. Механизмы управления устойчивым развитием промышленного предприятия // Транспортное дело России. 2012. № 4. С. 52-54.
2. Коряков А.Г. Социо-эколого-экономические компоненты формирования принципов устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 2. С. 88-92.
3. Коряков А.Г., Куликов М.В. Особенности развития российских мусороперерабатывающих кластеров посредством имплементации инструментов проектного управления // Экономика и управление инновациями. 2018. № 4. С. 16-27.
4. Коряков А.Г. Формирование направлений экономической политики государства, направленной на обеспечение экологизации промышленного производства // Российское предпринимательство. 2012. № 15 (113). С. 26-30.
5. Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н. Тенденции развития процесса урбанизации в мире с прогнозом до 2050 года // Московский экономический журнал. 2017. № 2. С. 20.
6. Sekerin V.D., Dudin M.N., Skubriy E.V., Gorokhova A.E., Komlatsky G.V. Economic and mathematical modeling of enterprises demand for labor power in the era of digital economy // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Т. 7. № 4.38. С. 456-458.
7. Скубрий Е.В. Стратегические и хозяйственные риски, влияющие на экономическое развитие промышленности // Охрана и экономика труда. 2017. № 4 (29). С. 9-15.
8. Коряков А.Г. Эволюция взглядов на роль государства в обеспечении условий устойчивого развития предприятий // Микроэкономика. 2012. № 3. С. 6-10.
9. Коряков А.Г., Трифонов И.В., Куликов М.В. Диверсификация предприятий ОПК: задачи, проблемы, решения // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1 (118). С. 207-210.
10. Череповская Н.А. Оценка сложности управления проектами в условиях неопределенности // Управленческие науки в современном мире. Сборник докладов научной конференции. СПб.: Издательский дом «Реальная экономика» 2019. С. 304-309.
11. Трифонов И.В., Череповская Н.А. Особенности венчурного финансирования инновационных стартапов и проектов // Инновационное развитие экономики. 2019. № 3 (51). С. 73-86.

Шадрина Алена Владиславовна, студент гр. 283 мз
Научный руководитель – Эртевциан Мария Рустановна к.э.н., доцент
(КИУ им. В.Г. Тимирязова, г. Казань)

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СУДЕБНОГО ШТРАФА И ПУТИ РЕШЕНИЯ

В 2016 году законодатель ввел новый вид освобождения от уголовной ответственности – судебный штраф, закрепленный в ст. 76.2 УК РФ. Она трактует, что лицо, впервые совершившее преступление небольшой или средней тяжести, может быть освобождено судом от уголовной ответственности с назначением судебного штрафа в случае, если оно возместило ущерб или иным образом загладило причиненный преступлением вред. При этом как указывает М.Ю. Юсупов - необходимым условием освобождения от уголовной ответственности в связи с назначением судебного штрафа, является установление факта совершения лицом преступления, что по существу означает признание лица виновным в совершении преступления [1. С.87].

Как указывают некоторые правоведы - основанием освобождения от уголовной ответственности в соответствии со ст. 76.2 УК РФ следует считать такую фактическую ситуацию, которая свидетельствует о том, что гражданин, совершивший впервые преступление небольшой или средней тяжести, но впоследствии возместивший ущерб или иным образом загладивший причиненный им вред, способен исправиться [2. С.17].

Появление новой нормы альтернативы (к ней относятся раскаяние, примирение с потерпевшим, истечение срока давности и принудительные меры воспитательного воздействия в отношении несовершеннолетних) для освобождения от уголовной ответственности активно обсуждается среди теоретиков, которые стремятся выявить правовую природу и ее разумность в сфере уголовного производства. Возникли вопросы и у ведущих практиков, которые касаются проблемы норм уголовного законодательства.

Как отметила Н. Н. Апостолова, судебный штраф содержит в себе элемент наказания за совершенное преступление. Его применение подразумевает восстановление социальной справедливости и такое исправительное воздействие на лицо, которое бы удерживало его от совершения новых преступлений [3. С.25].

Стоит отметить, что законодатель лишь прописал обстоятельства для освобождения путем применения судебного штрафа, но оставил вопрос открытым в основании принятия такого решения судом. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.06.2013 N 19 (ред. от 29.11.2016) говорит «по каждому уголовному делу суду надлежит проверять, имеются ли основания для применения к лицу, совершившему преступление, положений ст. 76.2 УК РФ». В связи с этим, правильно отмечают некоторые юристы, что одним из спорных моментов по-прежнему остается категория «На усмотр-

рении суда», которая сводится к субъективным факторам восприятия конкретного дела конкретным судьей [4. С.19]

Рассмотрев уголовное дело в отношении Ж. по ч. 2 ст. 145.1 УК РФ мировой судья постановил освободить от уголовной ответственности и назначить штраф, указав «ущерб потерпевшим возмещен, оснований, для отказа в удовлетворении ходатайства о прекращении уголовного дела и назначение штрафа, не выявлено».

Анализируя вышеуказанное постановление суда, мы замечаем полемику в ст. 76.2 УК РФ. Компенсирование ущерба или заглаживание вреда осуществляется не исключительно виновным, но и, к слову, по его просьбе третьими лицами (п. 3 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 27 июня 2013 г. № 19). Но и это не выступает исключительным основанием для освобождения от уголовной ответственности.

В уголовном законодательстве содержится большое количество преступлений, которые причисляются к категории небольшой либо средней тяжести, но приносят значительную общественную опасность (к примеру, ч.2 ст. 133 УК). В данном случае, под большое сомнение попадает исправление виновного лица, который «отделается» штрафом.

Изучая постановление, что было упомянуто выше, освобождение от наказания путем назначения штрафа возможно по нескольким преступлениям небольшой либо средней тяжести. Но в законодательстве не обозначен конкретный алгоритм его исчисления. Поэтому судебная практика исходит из следующих направлений:

1. Согласно ч. 2 ст. 69 УК РФ суды назначают штраф в следствии поглощения менее строгого судебного штрафа более строгим. Здесь нарушается принцип законности, когда суд выносит решение по аналогии (ч. 2 ст. 3 УК РФ).

2. Окончательное решение по уголовному делу назначается не за каждое преступление, а по совокупности совершенных деяний. В этом случае проглядывается нарушение того, что размер судебного штрафа должен устанавливаться за каждое содеянное деяние (ч. 2 ст. 104.5 УК РФ) и также нарушается принцип справедливости (ст. 6 УК РФ).

Таким образом, мы считаем, что ст. 76.2 УК РФ требует доработки. Если лицо совершило несколько преступлений, то судебный штраф нужно назначать за каждое преступление отдельно с установлением срока уплаты и алгоритма. Потому что такой подход необходим, например, когда лицо не собирается уплачивать, и вновь совершает деяния, может быть вновь привлечен к уголовной ответственности, но только за те преступления, от уплаты судебного штрафа за которые он уклонился.

Сам судебный штраф обладает определёнными целями, но ни в одном законодательном акте это не прописано. Поэтому сейчас в общественности складывается впечатление, что судебный штраф – это имитация наказания. Как нам кажется, что правовой природой выступает альтернатива для разрешения уголовно-правового конфликта,

закрепленная в нормативную форму «иной меры уголовно-правового характера». Поэтому необходимо законодательно закрепить цели судебного штрафа в уголовном праве.

Список литературы

1. Юсупов М.Ю. Вопросы применения нового вида освобождения от уголовной ответственности с назначением судебного штрафа / М.Ю. Юсупов // Уголовное право. – 2016. – № 6. – С. 126
2. Лобанова Л., Мкртчян С. Некоторые проблемы установления и реализации нового основания освобождения от уголовной ответственности // Уголовное право. 2016. № 6.
3. Апостолова Н. Н. Прекращение уголовного дела или уголовного преследования с назначением меры уголовно-правового характера в виде судебного штрафа // Российская юстиция. 2016. № 10. С. 25.
4. Мамитов А.А. Избранные статьи по уголовному процессу. – Краснодар: Просвещение-Юг, 2016, С. 30.

Шарипова Нина Фаридовна, Бахматова Марина Алексеевна,
студенты гр. БЭс-171.2.

Научный руководитель – Никифорова Ирина Геннадьевна, к.п.н.
(Филиал КузГТУ в Прокопьевске, г. Прокопьевск)

МОНОПОЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

На сегодняшний день, в условиях монополизации рынка, потребителям противостоит единый производитель-гигант. Явное лидерство на рынке позволяет монополисту диктовать потребителям свои условия, и хотя они того или нет, вынуждены пользоваться продукцией монополиста, принимать его ценовые условия, чтобы приобрести незаменимый и уникальный продукт. Обслуживая всех потребителей отрасли, монополист абсолютно точно может отследить объём продаж, узнать характеристику рынка, быть осведомлённым о ценах, которые сам же установил. Всё это доказывает актуальность проблемы чрезмерной монополизации в российской экономике.

Монополия - структура рынка, при которой вся отрасль сосредоточена в «руках» одной крупной компании - фирме-монополисте, которая ведет контроль над производством и сбытом уникальной продукции и диктует свои условия продаж. Монополия является высшей степенью несовершенной конкуренции.

Главными характерными признаками монополизма считаются следующие:

- концентрация большей доли рынка в руках одной или нескольких фирм-гигантов;

- огромное влияние монополиста на определение объема и цены своего товара на рынке;
- необходимость для потребителей приобретать продукт, не имеющих аналогов;
- создание искусственных барьеров (юридических, экономических, технических и т.д.) для устранения конкурентов.

Основной причиной появления монополии является желание получить максимальную прибыль за счет монополизации рынка, которая ведет к сокращению, а в итоге к исчезновению альтернативных «игроков», тем самым снижая или ограничивая поток пользователей к конкурентам и повышая доли на рынке своих не всегда лучших продуктов.

В настоящий момент в российской экономике существует четыре основных вида монополии:

1. Естественная – объединение предприятий в целостно-хозяйственный центр, в котором товары, изготовленные субъектами данной монополии, не могут быть заменены другими. Отличительной особенностью является то, что спрос на данном товарном рынке в меньшей степени зависит от изменения цены на товар. Системы водоснабжения, железнодорожные перевозки являются главными примерами естественной монополии.

2. Искусственная – объединение нескольких предприятий с определенной хозяйственной деятельностью, при которой для получения сверхприбыли и рыночной власти более сильные компании могут:

- устранять конкурентов с помощью ценового маневрирования, хозяйственного бойкота, демпинга цен, промышленного шпионажа и т. д.;
- поглощать, например, скупая их акции;
- объединять предприятия путем взаимного обмена акциями.

3. Открытая – рынок одного поставщика, который предлагает инновационные продукты, не имеющие аналогов.

4. Закрытая – создана с помощью законодательных барьеров, действует в тех областях экономики, где конкуренция подвержена запретам.

Фирмы-монополисты захватили все сферы рыночной деятельности: производство, распределение, сбыт и потребление. На основе этого и возникли следующие формы монополистических объединений:

1. Наиболее распространенной формой является картель - скрытая договоренность между конкурирующими предпринимателями о ценах, рынках сбыта и доле каждого в общем объеме производства. Картелизация рынка ведет к ущемлению интересов как потребителей, так и хозяйствующих субъектов, что в последующем может привести к полному ограничению конкуренции.

2. Синдикат - объединение производителей схожих продуктов, в котором организуется закупка сырья и материалов через общую торговую сеть и централизованный сбыт продукции.

3. Трест – полное объединение предприятий, относящихся к одной или нескольким отраслям промышленности, под единое управление, т.е. производство, сбыт, финансы находятся под контролем собственников наиболее крупных предприятий, получающих акции треста, которые и дают им право управления.

4. Концерн – многоотраслевой экономический комплекс, в центре которого стоит главная фирма, осуществляющая финансовый контроль над другими участниками.

Основными преимуществами монополии являются:

- устойчивость к экономическим кризисам;
- увеличение объема производства, что ведет к снижению издержек;
- лидирующее положение на рынке.

К недостаткам относятся:

- снижение качества продукции;
- увеличение отпускной цены для компенсации издержек производства;
- недостаток научно-технического прогресса из-за отсутствия конкурентов.

Высокий уровень монополизации в современной России проявляется в отсутствии конкуренции, существенном недопроизводстве товаров, значительном завышении цен, отставании в исследовании новых технологий, тенденции к постоянному получению экономической прибыли, снижении производственных мощностей. Её ущерб в экономике составляет уже около 2% ВВП.

На заседании Государственного совета по вопросам содействия конкуренции в стране 5 апреля 2018 года Президент Российской Федерации В.В. Путин отметил, что «справедливая и честная конкуренция – это базовое условие для экономического и технологического развития, залог обновления страны, ее динамичного движения вперед во всех сферах жизни» [1].

Аналитики агентства Moody's Investors Service опубликовали объемный доклад о российской экономике, её возможностях и ключевых рисках в ближайшей перспективе, и подчеркнули, что преобладание государственного сектора экономики, а также монополизация рынка затрудняют рост инвестиций и производительность [2].

Руководитель Федеральной антимонопольной службы (ФАС) Игорь Артемьев на международном Московском академическом форуме заявил, что цифровизация экономики в Российской Федерации приводит к появлению новых видов монополизации и последующему росту цен на рынке.

«Цифровизация экономики привела к совершенно фантастическим последствиям для рынка в России. Сегодня картельные соглашения заключаются не в банях и ресторанах представителями бизнеса, их заключают роботы с помощью специальных вредоносных программ. Роботы действуют самостоятельно в сети интернет, сами заключают горизонтальные со-

глашения, которые приводят к росту цен», - сказал Артемьев. Он отметил, что Федеральная антимонопольная служба уже не в первый раз выявляла такие случаи при проведении своих расследований [3].

Также он добавил, что сегодня особенно засорены картелями фармацевтический и строительный рынки, например, в сфере закупок лекарств почти 80% [4].

Руководитель Управления по борьбе с картелями в России, Андрей Тенишев считает, что картелизация торгов достигла просто угрожающих масштабов, поэтому на эту проблему было обращено внимание и в стратегии экономической безопасности страны [5].

Чрезмерная монополизация рынка стала самой главной проблемой экономической безопасности страны. Монополия является угрозой для нормального функционирования рынка: ограничивает конкуренцию, обуславливает застой хозяйственного механизма, приводит к росту цен. Всё это указывает на необходимость проведения усиленной антимонопольной политики.

Список литературы

1. Федеральной антимонопольной службы (ФАС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://fas.gov.ru/documents/685117#_Точ10132540 – [01.09.2020].
2. Информационное агентство «РБК» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rbc.ru/turbopages.org/rbc.ru/s/economics/25/02/2019/5c7276d69a7947a62be84e98> – [02.09.2020].
3. Российская газета «РГ» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/turbopages.org/rg.ru/s/2019/05/20/reg-cfo/fas-vyivavila-novye-formy-monopolizacii-rynka.html> – [03.09.2020].
4. Информационное агентство «РБК» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/01/03/2017/58b68d5c9a7947d7434bb4c0> – [03.09.2020].
5. Правовые новости [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravo.ru/news/view/144959/> – [05.09.2020].

Шелковников Сергей Александрович, д.э.н., профессор,
заведующий кафедрой менеджмента
(НГАУ, г. Новосибирск)

Лубкова Эльмира Миннулловна, к.э.н., доцент,
заведующая кафедрой финансов и кредита
(КузГТУ, г. Кемерово)

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АПК КАК ОСНОВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА

Современная социально-экономическая политика страны и регионов базируется на инновационном принципе развития, который предусматривает использование современных инновационных технологий при создании конечных продуктов для потребителей. Стратегические направления развития каждого отдельного региона и страны в целом ориентированы на политику инновационного развития. Основной задачей всех субъектов данного процесса является осуществление своей деятельности на основе общепринятых принципов с акцентом на инновационный. Сельское хозяйство всегда являлось рисковым, так как во многом зависит от климатических условий, а в промышленном регионе является высокорисковым [1], поскольку кроме природно-климатических факторов существенное влияние оказывает экологическая обстановка. Поэтому вопрос развития инновационных производств в сельском хозяйстве является актуальным.

По мнению И.В. Вякиной, Г.А. Александрова страна находится в поиске парадигмы социально-экономического развития, что ставит задачу исследования процессов, связанных с экономическими отношениями на основе инновационного подхода [2]. Н.Н. Трофимова в своих исследованиях уделяет особое внимание перспективам инвестиционных вложений, основанным на инновационной направленности [3].

Вопрос инновационного развития промышленных регионов исследуется учеными. По мнению М.К. Куманеевой, устойчивое развитие региона возможно на основе имеющегося потенциала внедрения инноваций и достижения эффекта синергии и реализации эмерджентных свойств региональной экономики [4].

На региональном уровне вопрос внедрения инноваций в АПК исследуется современными учеными достаточно активно. По мнению ученых, в регионах промышленного типа такой подход является наиболее эффективным. Как отмечают Е.Г. Колесникова, Т.Д. Чекменева, О.Н. Котова для ресурсных регионов вопрос инновационного развития на основе оценки ресурсного потенциала является наиболее актуальным [5]. П.Д. Косинский, Н.С. Бондарев, Г.С. Бондарева в своих исследованиях делают акцент на необходимость решения вопроса сбалансированного взаимодействия органов власти всех уровней для решения вопроса интенсивного развития гор-

нодобывающего региона [6]. С.А. Андриющенко, М.Я. Васильченко, В.Л. Шабанов рассматривают вопрос развития АПК регионов, неблагоприятных для сельскохозяйственного производства, с точки зрения методического подхода, базирующего на оценке перспективных направлений этих регионов [7]. По мнению А.Э. Шиловой, особенности продовольственного обеспечения промышленного региона обусловлены рядом факторов, в таких регионах имеется инвестиционный потенциал, который может повысить конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции [8,9].

В современных условиях функционирования АПК промышленных регионов основной целью дальнейшего их эффективного развития является создание такой системы, в которой действия всех субъектов, участвующих в продовольственном обеспечении, на региональном уровне были бы направлены на достижение единой цели (таблица 1). Для достижения поставленной цели у каждого участника данного процесса должен быть сформирован свой комплекс задач, решение которых должно базироваться на условиях инновационного принципа.

Таблица 1 – Современные основы инновационного развития АПК промышленного региона

	государство	наука	инвесторы	сельхозпроизводители	население
Цель	обеспечение населения промышленного региона качественными продуктами питания				
Принцип	инновационный				
Задачи	разработка стандартов качества продукции, контроль качества, региональные Программы повышения качества	разработка новых технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции	участие в программах	производство качественного сырья (сельскохозяйственной продукции)	потребление продуктов, только соответствующих стандартам
Результат	повышение качества жизни населения промышленного региона				

Таким образом, основополагающим стратегическим приоритетом развития АПК промышленного региона должен стать инновационный принцип, который позволит повысить качество жизни населения за счет обеспечения качественными продуктами питания.

Список литературы

1. Kozlova O., Lubkova E., Shilova A. Features of Risk Management in Agriculture Organizations of an Industrial Region // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2020. Volume 459, Chapter 6. DOI: 10.1088/1755-1315/459/6/062009.
2. Вякина И.В. О необходимости развития методологии оценки эффективности инвестиций / И.В. Вякина, Г.А. Александров // Российское предпринимательство. – 2018. – Т. 19. – № 1. – С. 195-206.
3. Трофимова, Н.Н. Проблемы и перспективы инвестирования в цифровую модернизацию наукоемких производств / Н.Н. Трофимова // Стратегии бизнеса. – 2020. – Т. 8. – № 6. – С. 153-156.
4. Куманеева М.К. Кластеризация и эмерджентные свойства региональной экономики Кемеровской области / М.К. Куманеева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 2 (81). – С. 142-155.
5. Колесникова Е.Г. Социально-экономические аспекты потенциала устойчивого развития сельского хозяйства в ресурсных регионах / Е.Г. Колесникова, Т.Д. Чекменева, О.Н. Котова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2017. – № 4. – С. 35-41.
6. Косинский П.Д. Развитие сельских территорий горнодобывающего региона: проблемы и перспективы / П.Д. Косинский, Н.С. Бондарев, Г.С. Бондарева // АПК: Экономика, управление. – 2020. – № 5. – С. 79-87.
7. Андрющенко С.А. Оценка направлений развития агропродовольственных систем регионов России, признанных неблагоприятными для ведения сельского хозяйства / С.А. Андрющенко, М.Я. Васильченко, В.Л. Шабанов // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2019. – № 4 (370). – С. 16-20.
8. Шилова А.Э. Оценка условий и факторов, влияющих на развитие сельского хозяйства и продовольственную самообеспеченность населения Кемеровской области / А.Э. Шилова // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2018. – № 4. – С. 220-224.
9. Шилова А.Э. Продовольственная самообеспеченность населения региона в современных условиях: проблемы оценки и направления повышения / А.Э. Шилова // Проблемы развития АПК региона. – 2019. – № 1 (37). – С. 149-155.

Шилова Ольга Александровна, магистрант гр. ФКмз-191
Научный руководитель – Шевелева Оксана Борисовна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ ЗАСТРОЙЩИКОВ ЖИЛЬЯ В КУЗБАССЕ

Во всех крупных и развитых субъектах Российской Федерации на рынке строительства жилья наблюдаются признаки монополий и олигополий. Кемеровская область-Кузбасс не является исключением.

Основным способом решения жилищного вопроса для населения нашей страны является долевое строительство. За последние годы в нормативно-правовой базе, регламентирующей долевое жилищное строительство произошли изменения, которые оказали непосредственное воздействие на конкуренцию в жилищном секторе строительного комплекса. Изменения законодательства и монополизация на рынке долевого строительства определяют актуальность темы статьи.

Рассмотрим изменения законодательства, которые в наибольшей степени влияют на конкурентную среду на рынке строительного бизнеса.

С 01.07.2018 г. введены ограничения к застройщику по следующим аспектам:

1. Застройщик должен иметь опыт работы не менее 3-х лет и количество построенного им жилья должно быть не менее 10 тыс. кв. м. Данное ограничение привело к уходу с рынка добросовестных и квалифицированных застройщиков с небольшими объемами строительства, что, в свою очередь, привело к снижению конкуренции.

2. Введены ограничения относительно организационно-правовой формы. Из долевого строительства исключаются ФГУПы, МУПы, казенные предприятия, которые также вели определённый объем долевого строительства.

3. Введено ограничение для застройщика на объем административных и прочих расходов. Данные расходы не могут превышать 10 % от стоимости возводимого объекта строительства.

4. Введено ограничение на размер авансовых платежей по подрядным организациям. Аванс для выполнения работ подрядными организациями не может превышать 30 % от проектной стоимости объекта.

С 01.07.2019 г. застройщик должен хранить средства граждан (дольщиков) на эскроу-счетах. Это специальный счет в банке, на котором хранятся средства участников долевого строительства и замораживаются до того момента, пока застройщик не выполнит свои обязательства. Банк как независимый посредник следит за выполнением этих условий [2]. Следовательно, застройщик должен возвести объект строительства за собственные средства.

Введение эскроу-счетов привело к тому, что небольшие строительные компании не выдержали конкуренции и ушли с рынка долевого строительства, остались крупные игроки, у которых либо есть собственные средства на возведение жилья, либо они имеют возможность пользоваться кредитами банков и выплачивать проценты по данным кредитам.

Многие небольшие региональные компании оказались неготовыми к перестройке бизнеса (отсутствует финансовая подушка; чем меньше компания, тем выше риск для банков и выше процентная ставка).

Вышеперечисленные ограничения законодательства оказали отрицательное воздействие на малый и средний бизнес Российской Федерации, и Кузбасса в частности.

Такой вывод позволяет сделать анализ доли объема текущего строительства в регионе по застройщикам в период с 2018 г. по 2020 г. включительно. В результате анализа 20-и ведущих застройщиков региона за последние три года видно, что более 60 % всего жилья в Кузбассе ввели всего шесть крупных компаний.

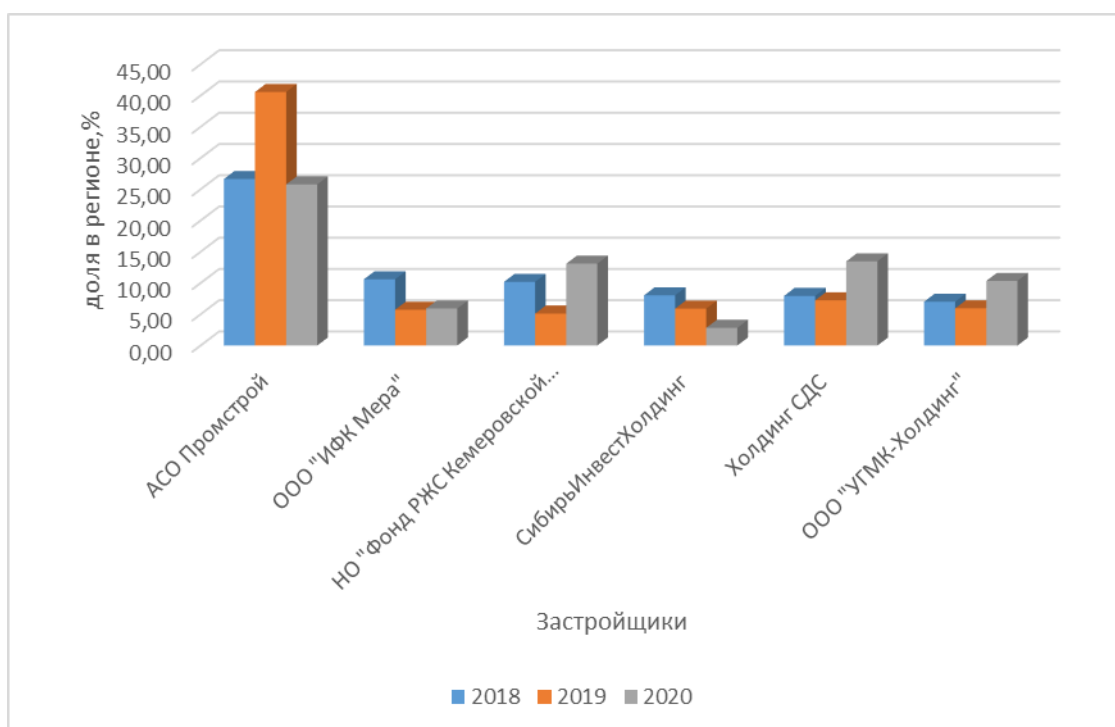


Рисунок 1 – Динамика изменения распределения объема текущего строительства среди наиболее крупных застройщиков Кемеровской области за 2018-2020 гг.

Самым крупным застройщиком Кузбасса является АСО «Промстрой». На его долю в 2018 г. и 2020 г. пришлось не менее 25 % от всего объема возводимого жилья в регионе. В 2019 г. доля в регионе АСО «Промстрой» составила 40,58% (или 265 398 м²).

Еще одним крупным застройщиком на территории Кемеровской области является АО ХК «Сибирский деловой союз». Его доля в регионе в

2018-2019 гг. составила около 8 %. В 2020 г. Холдинг «СДС» увеличил объемы возводимого жилья до 89 314 м² и его доля на строительном рынке региона возросла до 13,47%.

Также в пятерку застройщиков с наибольшей долей возводимого жилья в регионе в период с 2018 г. по 2020 г. входят: НО «Фонд развития жилищного строительства Кемеровской области», ИФК «Мера», компания «СибирьИнвестХолдинг», ООО «СПИК», ООО «УГМК-Холдинг».

Крупный бизнес замещает небольших застройщиков, т. к. реформа долевого строительства лишила их такого источника финансирования, как средства дольщиков. Например, компания ООО «Тибет СВ», занимавшая в 2018 г. 9-е место в рейтинге самых крупных застройщиков Кемеровской области, за последние три года снизила объемы строительства в два раза. В 2018 г. доля возводимого жилья в регионе составляла 3,87 %, а в 2020 г. снизилась до 1,45 %. Аналогичная динамика наблюдается у ООО «ТаГо»: в 2018 г. - 2,09 %, в 2019-2020 гг. – 1,5 %.

Такие компании, как ООО «Строй-проспект», ООО «СКС», ООО «ЭкоСтрой» с долей возводимого жилья в 2018 г. менее 1 % не выдержали конкуренции в 2019-2020 гг. с более крупными застройщиками региона.

Таким образом, на ранке строительства жилья после ведения вышеперечисленных ограничений уверенно себя чувствуют крупные застройщики, а малый и средний бизнес не выдерживает конкуренции, в результате чего, как следствие, увеличиваются цены на жилье и снижаются налоговые поступления в бюджет.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2004 № 214-ФЗ (ред. от 13.07.2020) «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»
2. Автушко И. Как изменится рынок недвижимости в Кузбассе после 1 июля // Режим доступа: <https://www.kem.kp.ru/daily/26987.7/4046940/>
3. Единый ресурс застройщиков // Режим доступа: <https://erzrf.ru/top-zastroyschikov/kemerovskaya-oblast?topType=0&date=200101>

Шлепина Ксения Сергеевна, студент гр. ЭКФ-Э – 41
Научный руководитель – Чернованова Надежда Викторовна, к.э.н., доцент
(ВолГАУ, г. Волгоград)

ОСОБЕННОСТИ МОНОПОЛИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНКА

Термин «монополия» происходит с греческого «monos» – один, «poleo» – продаю, достаточно популярное и известное в современной экономической теории определение для рыночных структур, которые проти-

вопоставляются рынку «чистой конкуренции». Понятие «монополия» рассматривали многие ученые экономисты, так А. Смит в одной из своих работ определил монополию как ситуацию, при которой продавец имеет исключительное право на продажу. Престон Макафи имеющий большой опыт в изучение различных отраслей в экономики, определил монополию как структуру рынка, характеризующуюся появлением на нем только одного производителя или поставщика данного товара или услуги, который контролирует предложение и цены при наличии большого количества покупателей. Им же монополия характеризуется возникновением барьеров, которые препятствуют другим компаниям входить на рынок, это могут быть законодательство, затраты, «административный ресурс» и др. Еще одним условием возникновения монополии может стать наличие определенного продукта, который не имеет хорошего или близкого заменителя [3, с. 91].

Монополия является крупным бизнес-ассоциациями, большинство которых находятся в частной собственности и контролируют отрасли и рынки путем увеличения концентрации производственного процесса и капитала в целях установления цен и получения прибыли. Доминирование в экономике является фундаментальным влиянием, оказывающие монополистический объекты хозяйствования на все отрасли деятельности государства. Основным фактором возникновения и образования монополии является «... стремление фирмы спастись от проявления финансовой нестабильности».

Монополия экономики является серьезным барьером для развития рынка, для которого более востребована монополия конкуренция, которая имеет достаточно большое число фирм-продавцов дифференцированной продукции, которые осуществляют ценовой контроль над продажей своей продукции, товаров или услуг. Такая конкуренция имеет следующие виды: внутриотраслевая, межотраслевая и межстрановая.

Можно привести несколько примеров, так внутриотраслевая и внутристрановая монополистическая конкуренция связана с наличием на рынке несколько крупных фирм, которые конкурируют между собой, не исключая наличия на рынке и мелких компаний. В России такую ситуацию можно увидеть в торговле нефтепродуктами. Межстрановая конкуренция бывает связана с тем, что если в одной стране есть компания – монополист, то в другой может быть аналогичная компания, продающая тот же продукт, что создает монополистическую конкуренцию на мировом рынке, это характерно для рынка нефти, газа, и др.

Универсальная форма монополии характеризуется доминированием над национальной экономикой с помощью государства и становятся основными продавцами и покупателями. В тоже время само государство является крупнейшим монополистом, концентрируя свое внимание на ведение целых отраслей и объединений, осуществляющие производственную деятельность [1, с. 155].

Монополии имеют право осуществлять ограничения производства и устанавливать свои цены (в большинстве случаев выше обычного), что приводит к неэффективному распределению ресурсов и приводит к увеличению неравенства доходов, так же монополия может влиять на уровень жизни населения. Монополистические предприятия не всегда используют свой потенциал для повышения научно-технического прогресса, из-за того, что у них нет необходимости в этом, поскольку нет конкуренции.

В современной экономике монополии представлены тремя типами:

- монополия отдельных субъектов хозяйствования;
- монополия в виде соглашения;
- монополия, деятельности которой основана на дифференциации продукции.

В последнее время наибольшую популярность набирает направление в монополии, при котором осуществляется сделка в виде согласия нескольких крупных фирм, что дает возможность возникновения ситуации, при которой субъекты – производители появляются на рынке как единое целое, сводящей конкуренцию на нет.

В современных условиях развития рыночной экономики стали появляться так называемые географические монополии, т.к. клиентская база недостаточна для поддержки конкуренции. Так же следует отметить, что в свою очередь естественны монополии бывают двух типов:

- природная монополия – зарождаются в силу возникновения барьеров, возведенных самой природой;
- технико-экономическая монополия – возникает в силу технических или экономических факторов, зависящих от проявления эффекта масштаба [2, с. 97].

В течение многих лет люди пришли к выводу, что «монополия – это зло», поскольку их появление и дальнейшее развитие приносит большой ущерб нормальному функционированию рыночных механизмов. В связи с этим большинство стран осознав опасность развития монополии, стали бороться с ней.

Иногда, чтобы получить дополнительный доход, монополия, используя свое положение, продает один и тот же товар по разным ценам и на разных рынках. Это никак не связано с ценовой дифференциацией в зависимости от качества товаров и услуг, а также различий в стоимости затрат на доставку, хранения и т.д., а представляет собой так называемую ценовую дискриминацию.

В целом монополию в современных условиях можно считать доминирующую по объему продаж на рынке компанию или несколько компаний, реализующих примерно одинаковую продукцию между которыми имеется конкуренция, но которые могут воздействовать и на ценообразование.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что при современных условиях на рынке за счет дифференциации цен монополистом повышает-

ся его прибыльность за счет покупателей, но монополист также повышает объем производства, из-за получение большей прибыли.

Список литературы

1. Стальская А.С. Монополия и конкуренция. Чистая монополия // Вестник современной науки. – 2017. – С.154-160.
2. Белкина Е.Н., Киселева Д.А. Монополия – «за» и «против». Двойственная роль монополии // Новая наука: от идеи к результату. – 2016. – С. 96-100.
3. Гарнов М.Г. Понятие монополии. Виды монополии. Регулирование монополии // Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования. Сб. трудов конференции. – 2018. – С 90-93.

Шор Дмитрий Михайлович, к.э.н., доцент

Шор Инна Михайловна, к.э.н., доцент

Шелестова Дилдарахон Абдисамадовна, к.э.н., доцент
(кафедра теории финансов, кредита и налогообложения,
ВолГУ, г. Волгоград)

РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Страховые организации относятся к важным институтам финансовых рынков. Благодаря страховой деятельности обеспечивается защита интересов физических и юридических лиц, Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых из уплаченных страховых премий (страховых взносов). Также важно сказать о высокой значимости страховых организаций в формировании инвестиционных ресурсов в стране, так как наряду с осуществлением страховой деятельности страховые организации размещают страховые резервы и собственные средства в различные активы краткосрочного и долгосрочного характера. Соответственно инвестиционная деятельность находится в тесной взаимосвязи со страховой деятельностью.

В настоящее время страховые организации выстраивают стратегию своей инвестиционной деятельности не с учетом собственных потребностей и состояния финансовых рынков, а в соответствии с достаточно жесткими рамками регулятивной системы. В сложившейся ситуации, с одной стороны, защищаются интересы страхователей, так как государственное регулирование гарантирует обеспечение ликвидности, надежности и доходности размещения страховых резервов и собственных средств страховых организаций; а с другой стороны, ограничиваются инвестиционные

возможности страховых организаций и возможности получения ими дополнительного дохода [1]. Наряду с этим развитие инвестиционной деятельности страховой организации во многом обуславливается влиянием эпидемиологических и экономических факторов, обусловленных пандемией коронавируса. Данные обстоятельства вынуждают страховые организации трансформировать свой бизнес.

Современные регуляторные ограничения в отношении страховых организаций позволяют им выполнять планы по инвестиционному доходу лишь в консервативном сценарии. В то же время у страховых организаций есть спрос на более рискованные и потенциально более доходные стратегии инвестирования, реализация которых затрудняется избыточными ограничениями со стороны Банка России. Соответственно упрощение нормативной базы и настройка параметров стресс-тестирования с учетом специфики страхового бизнеса позволили бы расширить возможности страховых организаций по инвестированию в биржевые инструменты и повысить эффективность их вложений.

Важной задачей в обеспечении эффективности страховой деятельности как фактора развития инвестиционной деятельности страховых организаций выступает повышение уровня информационного обеспечения. Следовательно, возрастает значимость интеграции имеющихся у участников страхового рынка информационных ресурсов в единую систему, обеспечения взаимодействия между информационными ресурсами страховых организаций и органов государственной власти и управления, а также подключения государственных баз данных к базам данных субъектов страховой деятельности.

Одна из проблем в вышеотмеченной области связана с получением страховыми организациями информации для проведения актуарных расчетов и формирования актуального состава страховых рисков и страхового покрытия. Ее сбор достаточно часто сопряжен с крупными издержками, а в ряде случаев оказывается невозможен. В ряде стран эта задача решается в рамках национальных проектов. В частности, в Южной Корее Национальное информационное агентство (NIA) запустило специальный «Центр развития больших данных», где в рамках института государственно-частного партнерства реализуются проекты по сбору данных из разных источников, созданию эффективного механизма их обработки и использования полученных результатов [2]. Способом решения этой проблемы видится создание единой государственной модульной методологической и информационной платформы либо модернизация какой-либо из имеющихся платформ, например, сервиса «Госуслуги», для обеспечения обмена статистической информацией между страховыми организациями, федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления. Ее наличие позволит повысить скорость и эффективность обмена информацией. Отметим, что в России уже существует определенный опыт реализации подобного проекта

- разработка Всероссийским союзом страховщиков Национального риск-офиса.

Важным представляется также совершенствование нормативной базы, обеспечивающей и регламентирующей доступ страховых организаций к информационным ресурсам федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления. В частности, одной из причин, мешающих страховыми организациями в полной мере осуществлять цифровизацию урегулирования убытков, является недостаточная степень интеграции баз данных страховых организаций и органов власти, которые эмитируют документы, подтверждающие факт и обстоятельства наступления страховых случаев. Это связано с тем, что автоматизация процессов подтверждения права страхователя на получение страховой выплаты требует автоматизации обработки запросов, направляемых страховой организацией владельцам информации об обстоятельствах наступления страхового случая, о правах страхователя на застрахованное имущество, о проведении проверки или возбуждении уголовного дела по факту наступления страхового случая и т. п. Однако получение страховой организацией соответствующих сведений сопряжено с проблемами, обусловленными ее статусом (она не является стороной отношений, возникающих по поводу причинения вреда страхователю), вопросами защиты персональных данных и коммерческой тайны, а также инфраструктурными ограничениями в возможностях передачи органами власти ответов на запросы по цифровым каналам связи. Поэтому необходимо обеспечение предоставления страховым организациям доступа к материалам компетентных органов, информирующим о страховом случае, снятие имеющихся ограничений на осуществление автоматической проверки сведений по базам данных федеральных органов исполнительной власти. Следовало бы также принять меры, дающие возможность более широко использовать электронные страховые полисы и электронные подписи, а также установить стандартный протокол информационного обмена для процессов и операций, связанных с продажами страховых продуктов, пролонгациями договоров страхования, урегулированием последствий страховых случаев.

В заключение отметим, что для расширения возможностей в области цифровизации процессов урегулирования убытков требуется внесение изменений в налоговое законодательство РФ, позволяющих относить суммы страховых выплат к расходам страховых организаций на основании документов, подтверждающих факт и причины наступления страховых случаев, а также размеры причиненного ими ущерба, которые получены по телекоммуникационным каналам связи.

Список литературы

1. Журавлева Т.А., Пономарев, О.В. Правовые аспекты инвестиционной деятельности страховых организаций // Путь науки. - 2015 - № 12 - С. 55-57.
2. ВСС: Интеллектуальное управление глобальными социальными и экономическими рисками страны. Продвижение страхования как инструмента риск-менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: insuranceconference.ru [01.09.2020].

Штуккерт Татьяна Александровна, магистрант гр. ФКмоз-181
Научный руководитель – Кудреватых Наталья Владимировна,
к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Платежеспособность и финансовая устойчивость предприятия, выступая инструментом оценки деятельности предприятия, являются основными характеристиками его финансово-экономической деятельности в рыночной экономике. Если компания финансово стабильна и платежеспособна, она имеет преимущество перед другими компаниями того же профиля, привлекая инвестиции, принимая кредиты, выбирая поставщиков и выбирая квалифицированный персонал.

В экономической литературе также существуют различные мнения о содержании платежеспособности. Как правило, платежеспособность – это способность физического или юридического лица своевременно и полностью выполнять свои платежные обязательства по торговым, кредитным и другим валютным операциям [1, С. 218].

Так Г.В. Савицкая, например, включает в платежеспособности возможность того, что компания, обладающая определенными ресурсами, свои платежные обязательства осуществляет в срок [2, С. 284].

Другая группа авторов указывает, что платежеспособность компании заключается в ее способности выполнять свои внешние обязательства, используя ее активы, и чем выше общая активность, тем больше платежеспособность [3, С. 109].

В экономической литературе зарубежных стран и в работах авторов, участвующих в традиционном анализе бюджетной ликвидности, отмечается, что основная цель анализа ликвидности – определить платежеспособность компании [4, С. 38]. В то же время компания, которая может своевременно выполнять свои обязательства, считается финансово устойчивой. Здесь термин платежеспособность охватывает не только абсолютную или краткосрочную платежеспособность, но и долгосрочную платежеспособность.

По мнению других зарубежных авторов, ответ на вопрос платежеспособности дается с точки зрения «правила финансового баланса минимума»: если компания имеет достаточные источники формирования их оборотных средств, то является финансово устойчивой. Они демонстрируют текущую и перспективную платежеспособность [3, С. 112].

Текущая платежеспособность означает, что имеется достаточная ликвидность и эквивалентные средства для урегулирования счетов-фактур, требующих немедленной оплаты. Поэтому основными показателями текущей платежеспособности являются наличие достаточных денежных сумм и отсутствие должных обязательств в обществе.

Перспективная платежеспособность обеспечивается согласованностью обязательств и средств платежа в прогнозный период, что, в свою очередь, зависит от состава, объема и степени ликвидности текущих активов, а также от объема, состава и суммы погашения текущих обязательств по каждому сроку.

Платежеспособность приводит к тому, что компания может своевременно выплачивать краткосрочные обязательства с помощью текущих ликвидных активов и в то же время продолжать свою непрерывную деятельность. Это означает, что текущие активы в виде дебиторской задолженности и часть запасов могут быть преобразованы в деньги, достаточные для погашения краткосрочных обязательств на балансе компании. Положительная разница между стоимостью ликвидных оборотных активов и стоимостью краткосрочных обязательств не должна быть меньше, чем величина запасов, которые есть у компании. Доходы от продаж в конце экономического цикла сопровождаются формированием новых текущих активов в виде кредитов и кассовых запасов. Таким образом, оценка платежеспособности в определенный момент времени – это сравнение стоимости текущих активов с краткосрочными обязательствами.

Одним из условий для компании, которую можно считать платежеспособной, является то, что она превышает стоимость текущих активов по объему краткосрочных обязательств.

Показателем платежеспособности компании является общая ликвидность, которая рассчитывается на основе данных баланса. При таком расчете коэффициента платежеспособность может быть оценена только в том случае, если все оборотные активы на балансе ликвидны. Это означает:

- 1) имеющиеся запасы могут быть конвертированы в денежные средства, что соответствует сумме запасов;
- 2) дебиторская задолженность выплачивается в полном объеме в течение сроков погашения краткосрочных обязательств [5, С. 224].

Если сумма баланса соответствует вышеуказанным требованиям, то общий коэффициент ликвидности, рассчитанный на основе данных баланса, отражает фактическую платежеспособность компании.

Если объем оборотных активов не соответствует вышеуказанным требованиям, для расчета общего коэффициента ликвидности требуется

предварительная корректировка балансовой стоимости оборотных активов.

Запасы, отраженные в балансовой стоимости, должны измеряться с возможной продажной стоимостью. Таким образом, балансовая стоимость запаса может быть выше фактической балансовой стоимости из-за продажной стоимости, которая ниже балансовой стоимости, поэтому эта часть запаса вообще не может быть продана, так как нет заявки. Если стоимость продажи запаса превышает его балансовую стоимость, то фактическая стоимость запаса будет превышать балансовую стоимость. В расчет реального коэффициента общей ликвидности необходимо принимать фактическое значение запасов, в основе которых лежит фактическая стоимость ликвидных запасов.

Ликвидность дебиторской задолженности, указанной на балансе, рассчитывается с учетом следующих обстоятельств: если у предприятия есть кредиты сроком погашения более 12 месяцев, то они не должны учитываться в платежеспособность, так как не могут быть преобразованы в деньги в течение срока, предусмотренного для уплаты краткосрочных обязательств. Кроме того, кредиты, которые должны быть погашены в течение 12 месяцев, могут не быть привлечены. Таким образом, фактическая ликвидная дебиторская задолженность может быть ниже, чем долгосрочная и краткосрочная дебиторская задолженность.

Фактическая стоимость запасов и кредитов является компонентом фактической общей ликвидности. Она рассчитывается как частный бюджет, причем фактическая общая стоимость текущих активов отделяется от краткосрочных книжных обязательств компании [6, С. 152]. Полученный таким образом показатель позволяет ответить на вопрос о том, в какой степени потенциальные деньги компании связаны с ее краткосрочными обязательствами. Этот показатель должен превышать единицу. Избыточный объем единицы еще не означает, что предприятие является платежеспособным, но если фактическая общей ликвидности превышает единицу, это означает безоговорочно банкротство и вероятность утечки его краткосрочных обязательств; фактическое начало предпринимательской меньше, чем краткосрочных обязательств.

Следует определить, в какой степени коэффициент должен превышать единицу. Задолженность считается необходимым условием для нормального функционирования предприятия, одновременно с выплатой долга не требуется. Например, после уплаты краткосрочных обязательств сумма остальных текущих активов должна соответствовать стоимости запасов, которые необходимы для осуществления экономического цикла и достижение выручки от продаж не требуется.

Необходимые запасы включают в себя то, что в любое время доступно достаточное количество сырья, материалов, текущего производства и готовой продукции для обеспечения непрерывности производства и маркетинга. Размер необходимого запаса зависит от условий поставки и транспортировки ресурсов, от продолжительности делового цикла предприятия,

стоимости материальных ресурсов, а также от размера застрахованного запаса, как это устанавливается экспертами общества на основе практики нарушений поставщиками и транспортными организациями договорных сроков поставки ресурсов.

Расчет стоимости запрашиваемых запасов производится для каждой операции и за каждый период времени. Эта величина в конечном счете определяется как продукт материальных однодневных затрат на количество дней, в течение которых затраты должны быть доставлены из собственных запасов до тех пор, пока не будут доступны новые материальные ресурсы. При определении стоимости необходимых запасов можно ответить на вопрос о том, сколько оборотных активов должна иметь компания, чтобы она могла погасить свой долг и продолжать работать. Соотношение между разделением общей стоимости необходимых запасов и краткосрочной задолженностью можно рассматривать как минимум общей ликвидности, необходимый для конкретного предприятия. Если сравнить его с величиной фактического коэффициента, то можно ответить на вопрос, является ли компания финансово устойчивой: если фактический коэффициент больше или равен установленному минимальному значению, то компания является финансово устойчивой.

Анализ платежеспособности предполагает также проведение внутреннего анализа состояния активов и краткосрочной задолженности, в результате чего должны быть выяснены следующие вопросы: качественный состав текущих активов и пассивов; скорость оборота оборотных активов и ее соответствие скорости оборота краткосрочных обязательств.

Список литературы

1. Самылин А. И. Корпоративные финансы: учебник [Электронный ресурс]. – Москва: ИНФРА-М, 2015. – 472 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=502324>. - [05.09.2020].
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – С. 284.
3. Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий): учебник [Электронный ресурс]. – Москва: Проспект, 2015. – 352 с. – Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=54908. - [05.09.2020].
4. Ивасенко А.Г. Финансы организаций (предприятий): учебно-методическое пособие. – Москва: КноРус, 2013. – 208 с.
5. Кокин А.С. Корпоративные финансы: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 369 с.
6. Камышанов П. И. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: составление и анализ / П. И. Камышанов, А. П. Камышанова. – Москва: Омега-Л, 2018. – 311с.

Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
(КузГТУ, г. Кемерово)

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКОВ В РОССИИ

В ряде предшествующих работ уже рассматривались теоретико-методологические проблемы рыночной конкуренции, «развитие конкуренции, монополизма и монополизации в пореформенной России» [1,2].

Современный этап характеризуется либерализацией государственной антимонопольной политики на товарных рынках РФ, переходом антимонопольных органов к мероприятиям не только системного макроэкономического характера, но и к активному участию государства в формировании институциональной среды конкурентных локальных рынков [3]. Среди основополагающих принципов государственной проконкурентной политики в рамках «Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы», с точки зрения локальной конкуренции, важно выделить такие как:

- «сокращение доли хозяйствующих субъектов, учреждаемых или контролируемых государством или муниципальными образованиями, в общем количестве хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность на товарных рынках;

- обеспечение равных условий и свободы экономической деятельности на территории Российской Федерации;

- развитие конкуренции в сферах экономической деятельности государственных предприятий, предприятий с государственным участием;

- ответственность органов государственной власти и органов местного самоуправления за реализацию государственной политики по развитию конкуренции»[4].

В соответствии с выделенными выше принципами, представляют интерес мероприятия Национального плана, направленные на достижение таких ключевых показателей как:

- обеспечение во всех отраслях экономики РФ, за исключением сфер деятельности субъектов естественных монополий и организаций оборонно-промышленного комплекса, присутствия не менее трех хозяйствующих субъектов, при этом хотя бы один из них должен относиться к частному бизнесу;

- снижение количества нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов государственной власти и органов местного самоуправления к 2020 году не менее чем в 2 раза по сравнению с 2017 годом» [4].

Актуальность мероприятий «Национального плана развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы» обусловлена сформировавшейся с 2015 года по настоящее время устойчивой определенной закономерностью соотношения количества возбужденных дел о нарушении антимонопольного законодательства и нарушений со стороны органов государственной власти. В соответствии с данными ФАС России, ежегодно в среднем из более 3-х тысяч возбужденных дел о нарушении антимонопольного законодательства, третью часть составляют нарушения со стороны органов государственной власти. Однако в абсолютном выражении можно проследить положительную ежегодную динамику снижения количества нарушений антимонопольного законодательства со стороны органов государственной власти и органов местного самоуправления. Наблюдается снижение числа возбужденных дел относительно органов государственной власти, их число составляло: в 2017 году – 1260, 2018 году – 1092, 2019 году – 1017. Вместе с тем этот процесс происходит менее интенсивно по сравнению с периодом 2015-2017 годов, когда их количество снизилось практически в три раза, т.е. с 3955 до 1260[5]. В период 2017-2019 гг. произошло снижение числа выданных предупреждений (с 2583 до 1602) и решений о наличии нарушений (с 336 до 258) в этой сфере. Таким образом, за последние три года наблюдаются положительные тенденции в соблюдении антимонопольного права органами государственной власти и местного самоуправления в России» [5].

В ранее опубликованной работе автором уже отмечался весомый вклад ФАС России в разработку законодательной базы, отражающийся в «целом ряде законопроектов, в т.ч. «О запрете на создание унитарных предприятий на конкурентных рынках»», пятом «цифровом» антимонопольном пакете, «О реформировании естественных монополий», «Об основах государственного регулирования цен (тарифов)», «Об использовании результатов интеллектуальной деятельности без согласия патентообладателя в интересах жизни и здоровья», «Об антимонопольном комплаенсе», «О повышении эффективности выявления и пресечения картелей» [3].

На сегодняшний день ряд антимонопольных законодательных проектов, направленных на реализацию Национального плана развития конкуренции 2018-2020 годы» уже имеют статус законов. Например, в рамках ФЗ № 485 с 2019 года в России вводится общий запрет на создание и деятельность унитарных предприятий (ГУПов и МУПов) на конкурентных рынках и предполагается преобразование уже функционирующих предприятий в акционерные общества и бюджетные учреждения (или их ликвидацию к 2025 году). В ФЗ № 485 отдельно указывается, что исключение из числа реорганизуемых или ликвидируемых ГУПов и МУПов составят учреждения Минобороны или ФСБ, а также предприятия, действующие в сфере естественных

монополий, созданные в соответствии с ФЗ РФ, актами президента или правительства.

При обсуждении проекта Закона в Совете Федерации он подвергся критике. Председатель Совета федерации В. Матвиенко высказывала точку зрения относительно «его антиконституционного характера, аргументируя свою позицию тем, фактом, что «он нарушает принцип распределения полномочий и является попыткой регулирования деятельности региональных и муниципальных органов власти в сфере их деятельности» [6]. Противоположной позиции придерживались ФАС России, Росимущество и Минфин, обосновывая необходимость запрещения ГУПов и МУПов их «негативным влиянием на конкуренцию на локальных рынках» и неэффективностью деятельности, обусловленной самой организационно-правовой формой [7]. Еще в 2018 году руководитель ФАС России И. Артемьев при обсуждении проекта Закона назвал ГУПы и МУПы «совершенно отвратительной антиконкурентной организационно-правовой формой» основными сферами деятельности, которых являются жилищно-коммунальное хозяйство, сфера транспортных услуг и отметил, что «большая часть таких предприятий работает в сферах с развитой конкуренцией, например в сфере сделок с недвижимостью» [7]. Важным является тот факт, что государственные предприятия в этих сферах имеют конкурентные преимущества в виде субсидий, преференций и имущества из госбюджета. Для формирования равноправных условий для всех участников вышеуказанных рынков ФАС России инициировал преобразование унитарных предприятий в казенные учреждения на монопольных рынках, а также акционирование и последующую приватизацию – на конкурентных рынках.

О последовательной работе госрегулятора по формированию конкурентной рыночной среды на товарных рынках и созданию равных условий всех хозяйствующих субъектов свидетельствует тот факт, что еще в 2017 году Минэкономики добилось запрета госзаказчикам субсидировать закупки третьих лиц (в том числе унитарных предприятий, автономных учреждений и фондов). До этого момента на ГУПы и МУПы не распространялось действие закона о контрактной системе (44-ФЗ), что позволяло расходовать бюджетные средства вне конкурентных процедур госзакупок. Таким образом, с 1 января 2017 года унитарные предприятия обязаны осуществлять закупки в рамках 44-ФЗ (в том числе за счет собственных средств, за исключением случаев, когда сумма расходов небольшая или «вследствие чрезвычайного события, или когда проведение конкурентных процедур является нецелесообразным», или внебюджетные закупки возможно осуществлять в соответствии с действием 223-ФЗ о прямых закупках [8].

Исходя из данных ФНС РФ, в период 2013-2016 гг. произошло удвоение числа унитарных предприятий в стране, их количество выросло с 11000 до 23200, что нельзя рассматривать как позитивную тенденцию.

Однако их число снизилось в 2017 году (18600) и составило уже в 2018 году 17150.

На сегодняшний день принят План по сокращению количества унитарных предприятий разработанный Росимуществом совместно с ФАС и Минфином РФ, в соответствии с которым, в течение 2019 года количество унитарных предприятий сократилось на 18 %. Региональные планы уже «утверждены в 16 российских регионах. В 51 регионе завершается стадия их разработки». По информации регионального управления ФАС в Кузбассе зарегистрировано «20 государственных и 152 муниципальных предприятий. Реализация ФЗ № 485 к 2025 году приведет к ликвидации и банкротству 50 % кузбасских муниципальных предприятий, 50 предприятий будут реорганизованы в АО или ООО, 14 предприятий останутся унитарными» [9]. Итак, современный этап развития российской экономики характеризуется активной государственной политикой, направленной на повышение интенсивности процессов формирования конкурентных рынков. Принятие Закона о запрете на создание унитарных предприятий на конкурентных рынках должно способствовать развитию локальной конкуренции и рынков в России.

Список литературы

1. Шутько Л.Г. Развитие конкуренции в условиях реформирования российской экономики диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Кемерово, 2000. – 168 с.
2. Шутько Л.Г. Теоретико-методологические проблемы рыночной конкуренции и их отражение в учебно-исследовательском процессе при переходе на двухуровневую систему высшего образования в России / Л.Г. Шутько // Казанская наука. – 2012. – № 12. – С. 167-171.
3. Шутько Л.Г., Муромцева А.К., Малюгин А.Н. Развитие конкуренции, монополизм и монополизация в пореформенной России: теоретические и практические аспекты // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2020. – Т. 8. – № 4. – С. 61-68.
4. «Национальный план развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/ukaz-618.pdf>– [11.09.2020].
5. В 2019 году снизилось количество нарушений антимонопольного законодательства [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/news/29731>. – [11.09.2020].
6. Краснушкина, Н. Совет федерации встал на защиту ГУПов и МУПов / Н. Краснушкина, Н. Корченкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа https://www.kommersant.ru/doc/3827954?from=doc_vrez.
7. План ФАС ликвидировать унитарные предприятия столкнулся с сопротивлением в Госдуме / Ведомости 22 ноября 2018 / Экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2018/11/22/787258-plan-fas-likvidirovat-unitarnie-predpriyatiya>. – [11.09.2020].

8. Прямая закупка у единственного поставщика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://otc.ru/academy/articles/pramaja_zakupka_u_edinstvennogo_postavschika. – [11.09.2020].

9. Бухтиярова. Е.В. Кузбассе обанкротятся 50% муниципальных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sibdepo.ru/news/v-kuzbasse-obankrotyatsya-50-munitsipalnyh-predpriyatij.html>. – [11.09.2020].

Яфизов Алмаз Альбертович, заместитель руководителя управления
Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан
Розенталь Андрей Николаевич, заместитель руководителя управле-
ния Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан
Казаков Валерий Геннадьевич, начальник отдела рекламы управле-
ния Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан
Яруллин Роберт Эдуардович, специалист-эксперт отдела рекламы
управления Федеральной антимонопольной службы
по Республике Татарстан
(Татарстанское УФАС России, г. Казань)

ЭВОЛЮЦИЯ СФЕРЫ РЕГУЛЯРНЫХ ПЕРЕВОЗОК И ПРАКТИКА ПРЕСЕЧЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Нерешенность проблемы функционирования нелегального перевозочного бизнеса наносит существенный вред российской экономике, препятствует формированию цивилизованного рынка транспортных услуг и развитию конкурентной среды. В Республике Татарстан по данным исследования ООО «Научно-исследовательский и проектный институт территориального развития и транспортной инфраструктуры» объем рынка нелегальных «регулярных» автобусных перевозок в межмуниципальном сообщении составляет более 900 млн. рублей. Органами власти республики во взаимодействии с контрольно-надзорными органами принимаются меры по борьбе с нелегальными перевозчиками, устанавливаются конкурентные требования на право осуществления межмуниципальных перевозок, создается необходимая инфраструктура для работы легальных перевозчиков и т.д. В городе Казани реализован успешный опыт в борьбе с нелегальными внутригородскими перевозками, вместе с тем принимаемых мер для наведения порядка на межмуниципальных и междугородних маршрутах зачастую оказывается недостаточно и для пресечения деятельности нелегальных перевозчиков требуется принятие комплекса мер. Для

того, чтобы разобраться в данной проблеме, уделим внимание нормативной базе в сфере автобусных перевозок.

Современное регулирование перевозок автомобильным транспортом берет свое начало в 2007 году, когда был принят Федеральный закон от 08.11.2007 № 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта», который закрепил векторы развития перевозок пассажиров и багажа, разделил виды перевозок на регулярные, заказные и перевозки легковым такси на отдельные сферы, со своими особенностями регулирования и функционирования. На основании указанного закона, были определены Правила перевозок пассажиров и багажа (утв. постановлением Правительства РФ от 14.02.2009 № 112), которые определили, как должна быть организована работа перевозчика, в том числе требования к перевозчикам, фрахтовщикам и владельцам объектов транспортной инфраструктуры, условия таких перевозок, а также условия предоставления транспортных средств для таких перевозок. Если, указанные нормативные правовые акты определяли и отвечали на вопрос «что должны делать перевозчики?», то принятие Федерального закона от 13.07.2015 № 220-ФЗ «Об организации регулярных перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» отвечал на вопрос «как должна быть организована деятельность перевозчиков». Право на ведение деятельности регулярных перевозок, предоставляется уполномоченным органом (*прим. в зависимости от уровня маршрута, такое право предоставляется уполномоченным органом субъекта РФ или уполномоченным федеральным органом*), по результатам конкурса среди перевозчиков. Данный подход, в настоящее время, актуален только для регулярных перевозок.

В результате проведенного анализа установлено, что в период с 2017 по 2019 годы в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан поступали жалобы от перевозчиков, которые получили право осуществлять деятельность на межмуниципальных маршрутах на территории Республики Татарстан, в части создания им препятствий для нормального осуществления их деятельности со стороны нелегальных перевозчиков, действующих незаконно.

Казалось бы, данная проблема лежит в плоскости контроля со стороны Средне-Волжского межрегионального управления государственного автодорожного надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта и Министерства транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан и не имеет прямого отношения к сфере федеральной антимонопольной службы.

Вместе с тем, анализ поступивших жалоб указывал на то, что в результате недобросовестных действий нелегальных перевозчиков у тех перевозчиков, кто работает легально, фиксируется сокращение пассажиропо-

тока, уменьшение числа проданных билетов и объема выручки, то есть в действиях нарушителей правил перевозки пассажиров присутствуют все признаки недобросовестной конкуренции, запрещенной ст.14.8 Закона о защите конкуренции.

При организации взаимодействия с Средне-Волжским межрегиональным управлением государственного автодорожного надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта, Министерством транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан, а также управлением Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации по Республике Татарстан было выявлено, что, несмотря на привлечение нарушителей к ответственности по статье 11.33 КоАП РФ, которая предусматривает штраф за отсутствие свидетельства и карты маршрутов по регулярным перевозкам, нелегальные перевозчики продолжали свою деятельность, маскируя деятельность под заказные автобусы и восьмиместные такси. Анализ ситуации показал, что для повышения эффективности пресечения нарушений со стороны недобросовестных участников перевозок требуется принятие совместных дополнительных мер.

Как показали материалы последовавших расследований антимонопольных органов, проведенных совместно с Средне-Волжским межрегиональным управлением государственного автодорожного надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта и управлением Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации по Республике Татарстан, такие заказные перевозки осуществлялись регулярно (каждый день), по маршрутам следования и расписанию регулярных перевозок, то есть фактически под видом заказных перевозок, осуществлялись регулярные. При этом свидетельства, карты маршрута, договоры с автовокзалами у таких «заказных» перевозчиков отсутствовали. В качестве транспортных средств использовались автобусы, категории М2 и М3, то есть более 8 мест (обычно, полно-размерные автобусы на 40 мест, микроавтобусы – на 14-18 мест).

Было установлено, что со стороны указанных «нелегальных регулярных перевозчиков», по отношению к регулярным перевозчикам осуществлялась недобросовестная конкуренция, выраженная в осуществлении регулярных перевозок без соответствующего на то права, что позволило им получить необоснованное (незаконное) конкурентное преимущество, которое привело к перераспределению потока пассажиров в их сторону.

В 2017-2019 годах, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан было рассмотрено 9 (девять) подобных дел, привлечены к ответственности 6 (шесть) недобросовестных перевозчиков, в виде наложения штрафов. Были выданы предписания об устранении нарушений путем прекращения нелегальных регулярных перевозок. Качество решений антимонопольного органа с учетом материалов, предоставленных Средне-Волжским межрегиональным управлением государ-

ственного автодорожного надзора Федеральной службы по надзору в сфере транспорта и управлением Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел Российской Федерации по Республике Татарстан, позволило доказать в судах действия нелегальных перевозчиков, как нарушающие требования ст. 14.8 Закона о защите конкуренции.

Следует отметить, что такой комплексный подход дал возможность пресечь нарушения со стороны нелегальных перевозчиков, которые вынуждены были прекратить недобросовестные действия и уйти с рынка. В тоже время часть из них переоборудовали транспортные средства на категорию М1 – не более 8 мест, получили лицензию (разрешения) легкового такси, и продолжают осуществлять перевозки, но уже являясь такси. С точки зрения закона о защите конкуренции в их действиях не усматривается нарушений. Однако пассажиропоток на автобусах межмуниципальных маршрутов при этом практически не изменился – пассажиры продолжают пользоваться услугами такси. Таким образом, формально не являясь конкурентами, на деле восьмиместные такси продолжают забирать пассажиров автобусных перевозок.

На наш взгляд, использование восьмиместных легковых автомобилей в качестве автобусов является одной из нерешенных проблем. Нынешнее законодательство не рассматривает восьмиместные легковые автомобили в качестве автобусов, что позволяет злоупотреблять понятием «легковое такси» и перевозить пассажиров регулярно по маршрутам. Таким образом, необходимо отменить или запретить возможность использования в качестве регулярных маршрутов восьмиместные такси и рассматривать их в качестве автобусов. Вместе с тем, для того, чтобы система была сбалансированной, необходимо регулирование всех видов перевозок.

В настоящее время развитие сферы регулярных межмуниципальных перевозок заметно замедлилось. Это связано с тем, что увеличивается количество автомобилей в семьях, развиваются альтернативные виды транспорта (такси, сервисы вроде «Блаблакар» и т.д.) однако пока многие, тем не менее, пользуются автобусами для того, чтобы перемещаться между городами. Это люди с детьми, пожилые люди, которым в силу своего возраста вождение автомобиля может быть опасно, молодые люди, студенты, которые пользуются автобусами в целях поездки на учебу или домой. Для кого-то данный вид транспорта остается единственным доступным способом передвижения на дальние расстояния. Вместе с тем, есть опасения, что в дальнейшем автобусные пассажирские перевозки могут вовсе исчезнуть по той причине, что не останется перевозчиков из-за убыточности их деятельности.

Рассматривая сферу автобусных перевозок в разрезе вопросов конкуренции, следует отметить, что сфера нуждается в совершенствовании. Важной стороной указанной деятельности являются требования к обеспечению безопасности перевозок, необходимости ежедневно и по конкрет-

ному расписанию, маршруту осуществлять рейсы, необходимости осуществлять перевозки с автовокзала, с которым у перевозчика должен быть заключен возмездный договор. Невыполнение указанных требований приводит к аннулированию разрешения на регулярные перевозки.

В свою очередь, легковые такси и заказные перевозчики не ограничены вышеуказанными обязанностями, кроме как получение соответствующей лицензии на право ведения деятельности. Требования о необходимости обеспечения безопасности пассажиров, путем ежедневного осмотра транспортных средств и мед-освидетельствование водителей распространяется на всех перевозчиков, в связи с чем, данное условие, не может рассматриваться, как дифференцирующее. С другой стороны, регулятор, наделяя регулярного перевозчика рядом обязанностей, не дал им соотносимого уровня «привилегий», по сравнению с легковыми такси и заказными перевозчиками, которым, предоставлена вся полнота свободы действий по перевозке.

С экономической точки зрения выполнение установленных требований влечет дополнительные расходы со стороны регулярных перевозчиков и снижает их конкурентоспособность в ценовой борьбе за клиента с легковыми такси и «псевдозаказными» перевозчиками.

Подводя итоги, можно сказать, что проблема борьбы с нелегальными перевозчиками не может быть решена только административными и/или запретительными мерами и требует пересмотра подходов к организации всей системы автомобильных перевозок с учетом изменений, происходящих в обществе.

Имеющиеся принципы и правила регулярных перевозок не учитывают современные тенденции и потребности людей, а наоборот, подталкивает к возникновению условий при которых, осуществление регулярных перевозок на межмуниципальных маршрутах, можно заменить иными видами перевозок, которые не связаны и не обременены обязательствами регулярных перевозчиков. Конкурентное преимущество каждого перевозчика должно определяться не уполномоченным органом при проведении конкурса, а пассажирами, которые стимулировали бы перевозчиков и автовокзалы улучшать свои услуги, и соответственно, включить рыночные «естественные» механизмы борьбы с нелегальными перевозчиками.

По мнению директора Института экономики транспорта и транспортной политики Высшей школы экономики М. Блинкина лучший способ борьбы с нелегальными перевозчиками - это поощрение легальных. Это могут быть налоговые льготы, например, обнуление НДС.

Многие авторы, исследуя данный вопрос считают, что легальные перевозчики, совместно с автовокзалами должны перейти на автоматизированные системы управления и клиенто-ориентированную модель работы: дистанционное бронирование, продажа билетов; посадка пассажира с удобного ему места; планирование и подбор оптимального маршрута и расписания; введение экспресс рейсов (остановка только в конечной стан-

ции); систему бонусов за поездки и т.д. Также, необходимо соотнести место расположения автовокзалов и инфраструктуры городской среды, таким образом, чтобы обеспечивалась возможность быстрого и удобного перемещения максимального количества людей до них на различных видах общественного транспорта. То есть, выстроить систему, при которой пассажирам стало бы легче, удобнее и предпочтительнее пользоваться услугами автовокзалов и легальных перевозчиков, нежели чем услугами «нелегалов».

Для достижения результата необходимо также максимально исключить человеческий фактор и автоматизировать процесс контроля. Подобный подход, например, был использован при решении проблемы неоплаты парковок и превышения скорости на дорогах. При этом, чтобы такая цифровая система была эффективна, она должна не только выполнять контрольные функции, но и опираться на запросы легальных перевозчиков, помогать снижать затраты, повышать результативность работы.

Таким образом, регулярные перевозки, как элемент социальной ориентированности по обеспечению всех слоев населения способами передвижения, требует совершенствования условий и правил с учетом современных реалий для их сохранения и развития, так как иначе, они могут просто исчезнуть как вид перевозок.

СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ЗАМЕСТИТЕЛЯ ГУБЕРНАТОРА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ <i>К.Г. ВЕНГЕРА</i>	3
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДИТЕЛЯ КЕМЕРОВСКОГО УФАС РОССИИ, ЗАВЕДУЮЩЕЙ КАФЕДРОЙ КОНКУРЕНЦИИ И АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КУЗГТУ <i>Н.Е. КУХАРСКОЙ</i>	4
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ВРИО РЕКТОРА КУЗГТУ <i>А.Н. ЯКОВЛЕВА</i>	5
ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ДИРЕКТОРА ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ КУЗГТУ <i>Н.В. КУДРЕВАТЫХ</i>	6
КОНКУРЕНЦИЯ НА ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ <i>Д.В. Исламов, Т.Г. Королева (гг. Москва, Кемерово)</i>	7
ОГРАНИЧЕНИЕ КОНКУРЕНЦИИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ТОРГОВ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В КЕМЕРОВЕ И КЕМЕРОВСКОМ РАЙОНЕ <i>Н.Е. Кухарская (г. Кемерово)</i>	10
ТРАНСФОРМАЦИЯ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОРОДОВ <i>И.В. Середюк, Т.Г. Королева (г. Кемерово)</i>	14
ИНДУСТРИЯ 4.0 В РАЗВИТИИ ГРУЗОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА РОССИИ <i>Е.В. Абрамова (г. Кемерово)</i>	17
ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ – ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ <i>Н.В. Алалыкина (г. Кемерово)</i>	21
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ СВЕТЛОЯРСКОГО РАЙОНА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Е.А. Алимova (г. Волгоград)</i>	25
ПРОБЛЕМЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ РЫНКОВ <i>М.А. Анисимова (г. Екатеринбург)</i>	28
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИИ <i>А.И. Басаргина (г. Красноярск)</i>	32

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	
Р.Р.-к. Баширзаде, А.В. Пахомова (г. Саратов).....	37
ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ АВИАКОМПАНИИ «АЭРОФЛОТ» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК	
И.С. Березуцкая (г. Междуреченск).....	41
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ГРАЖДАНСКИМ ПРАВОМ	
Д.А. Бодылева (г. Санкт-Петербург).....	44
ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ МОНОПОЛИИ	
Т.С. Бузулуцкая (г. Волгоград).....	48
ОБЕСПЕЧЕНИЕ БУДУЩЕГО ЧЕРЕЗ СТРАТЕГИЧЕСКУЮ ОРИЕНТАЦИЮ ЭКОНОМИКИ НА ШЕСТОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УКЛАД	
А.А. Вакарев, Л.Н. Медведева (г. Волжский).....	50
МОНОПОЛИЯ КАК УСТОЙЧИВАЯ ЕДИНИЦА ПАДЕНИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ	
Д.Р. Валеева (г. Волгоград).....	55
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ	
К.М. Вершинина (г. Красноярск).....	58
ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Е.В. Винникова (г. Кемерово).....	62
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕВОЗОК	
С.В. Владыковская (г. Междуреченск).....	65
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ – СОВРЕМЕННАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ	
В.Е. Вязовцева, А.А. Миронов (г. Челябинск).....	69
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА: ПРИМЕРЫ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ	
Н.С. Гаврилева (г. Волгоград).....	72
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВЕДУЩИХ ТУРОПЕРАТОРОВ РОССИИ НА РЫНКЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	
А.М. Гаджиев (г. Междуреченск).....	74

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВНУТРИФИРМЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КНР	
Гао Юйфэн (<i>г. Москва</i>).....	78
ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛИЗАЦИИ ООО «ЗАПСИБСТРОЙ»	
З.Н.-к. Гараева (<i>г. Кемерово</i>).....	81
АСПЕКТЫ БАНКРОТСТВА И НЕИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ООО «ШАХТА ИМ. ДЗЕРЖИНСКОГО»	
Е.А. Гнездилова (<i>г. Прокопьевск</i>).....	84
ЦИФРОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ НА РЫНКЕ ТРУДА	
А.В. Гозалова (<i>г. Ростов-на-Дону</i>).....	88
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ	
Л.В. Демченко (<i>г. Кемерово</i>).....	92
ОБЩЕСТВЕННЫЙ МОНИТОРИНГ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНА О РЕКЛАМЕ НА ТЕРРИТОРИИ Г. КЕМЕРОВО	
Н.В. Дмитриева (<i>г. Кемерово</i>).....	95
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ ВОЗРАСТАЮЩЕЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
Н.В. Дорожкина, Е.К. Пивоварова (<i>г. Кемерово</i>).....	98
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БИЗНЕСА	
И.А. Дымова (<i>г. Кемерово</i>).....	102
ОЦЕНКА КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ РОССИИ	
В.П. Егорова, В.С. Святова (<i>г. Кемерово</i>).....	107
К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ	
Г.С. Ермолаева (<i>г. Кемерово</i>).....	110
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВИАКОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ	
К.К. Ерохина (<i>г. Кемерово</i>).....	113

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ С ПОЗИЦИИ ПСИХОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОХОДА О.И. Жемерикин, Ю.И. Жемерикина (г. Москва).....	117
РОЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ Е.Е. Жернов (г. Кемерово).....	120
РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ В ПРОЦЕССЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК М.А. Захарова, А.А. Нечаева (г. Томск).....	124
ПРОБЛЕМЫ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В.В. Зенина (г. Волгоград).....	127
РАЗВИТИЕ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РОССИИ Т.Б. Иванова (г. Волгоград).....	130
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПАО «ВОСТОЧНЫЙ ЭКСПРЕСС БАНК» Ю.А. Казакова (г. Кемерово).....	133
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК БАЗОВОЕ УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ Р.А. Канцеров, А.С. Аджигова, Н.Н. Школьникова (гг. Черкесск, Москва).....	136
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Д.А. Козина (г. Кемерово).....	141
ВЗАИМОСВЯЗЬ ФАКТОРОВ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА С ПОКАЗАТЕЛЯМИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЕЕ СИСТЕМЫ В.А. Каркачев (г. Кемерово).....	145
ОБОБЩЕННАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ОХРАНЫ ТРУДА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В.А. Каркачев (г. Кемерово).....	150
ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ МУСОРОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ М.В. Куликов (г. Москва).....	155

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ С.С. Куликова (<i>г. Волгоград</i>).....	161
ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ АПК ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА) Э.М. Лубкова, А.Э. Шилова (<i>г. Кемерово</i>).....	165
АНТИМОНОПОЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЗАКУПКАМ ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ ОТДЕЛЬНЫМИ ВИДАМИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В ЧАСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НАЧАЛЬНОЙ (МАКСИМАЛЬНОЙ) ЦЕНЫ ДОГОВОРА Н.С. Лупанова (<i>г. Челябинск</i>).....	168
«ВВЕДЕНИЕ В ЗАБЛУЖДЕНИЕ» В АНТИМОНОПОЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ С.В. Мазаева, Е.Н. Дедова (<i>г. Тамбов</i>).....	172
ФУНКЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КАК КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ О.А. Макарова (<i>г. Кемерово</i>).....	177
КОНКУРЕНТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ МАЛЫХ ГОРОДОВ А.Н. Малюгин (<i>г. Кемерово</i>).....	181
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВЕКТОРЫ И УРОВНИ ИЕРАРХИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Л.Г. Матвеева (<i>г. Ростов-на-Дону</i>).....	187
ПРЕДСКАЗУЕМОЕ БУДУЩЕЕ ГОРОДОВ ЧЕРЕЗ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНЦИИ Л.Н. Медведева, А.В. Степанова, Н.А. Водопьянова (<i>г. Волжский</i>).....	191
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ НА ТОРГАХ Н.В. Метелева (<i>г. Киров</i>).....	198
РОСТ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ О.Н. Микишева (<i>г. Кемерово</i>).....	203
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА С ПОЗИЦИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ О.Н. Микишева, К.А. Пилипенко, В.А. Полошков (<i>г. Кемерово</i>).....	208

РОЛЬ КУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СВЯЗЕЙ БИЗНЕСА Н.В. Низов (г. Ростов-на-Дону).....	212
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ АО «КЕМЕРОВОСПЕЦСТРОЙ» Н.С. Никифоров (г. Кемерово).....	215
ПРЕДЕЛЫ РАССМОТРЕНИЯ АНТИМОНОПОЛЬНЫМ ОРГАНОМ ЖАЛОБ НА ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАКУПОК, ПРОВОДИМЫХ ПО ЗАКОНУ О ЗАКУПКАХ ТОВАРОВ, РАБОТ УСЛУГ ОТДЕЛЬНЫМИ ВИДАМИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ Д.В. Нуштаева (г. Челябинск).....	218
ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В.В. Олейникова (г. Волгоград).....	223
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКИХ ТУРОПЕРАТОРОВ «АЛЕАН» И «ДЕЛЬФИН» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА С.Е. Пашкова (г. Междуреченск).....	226
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ДОБЫЧИ И РЕАЛИЗАЦИИ НЕФТИ И НЕФТЕПРОДУКТОВ Д.В. Передерина (г. Красноярск).....	230
КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ СОДЕРЖАНИЕМ ПРОЕКТА И СБОР ТРЕБОВАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЖЕСТКОЙ КОНКУРЕНЦИИ С.А. Петросов (г. Москва).....	234
МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ Ю.С. Пиньковецкая (г. Ульяновск).....	238
ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «МАЗУРОВСКИЙ КИРПИЧНЫЙ ЗАВОД» В.А. Позднякова (г. Кемерово).....	242
ПРОБЛЕМА ВОЗНИКНОВЕНИЯ МОНОПОЛИЙ В СФЕРЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНОВ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ М.А. Поляков (г. Челябинск).....	245
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ № 1» Д.С. Почуева, С.М. Бугрова (г. Кемерово).....	248

СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ И ИННОВАЦИОННЫЙ ОТКЛИК КАК ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА Л.О. Пудеян (<i>г. Ростов-на-Дону</i>).....	252
ОЦЕНКА ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ РОССИИ И.Д. Реброва, Р.В. Рынзин (<i>г. Междуреченск</i>).....	257
РОЛЬ АГЕНТСТВА ПО СТРАХОВАНИЮ ВКЛАДОВ И ФОНДА КОНСОЛИДАЦИИ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В ПРОВЕДЕНИИ ПРОЦЕДУРЫ САНАЦИИ БАНКОВ В РОССИИ Ю.Е. Самсонова (<i>г. Новосибирск</i>).....	261
ОТДЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ В СВЯЗИ С ПРОЯВЛЕНИЕМ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПРАКТИКИ ФАС Е.Н. Серова (<i>г. Челябинск</i>).....	264
ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ РЫНКОВ Е.В. Сеницына (<i>г. Москва</i>).....	267
КОНКУРЕНЦИЯ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ А.А. Слюзкина (<i>г. Кемерово</i>).....	272
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ А.И. Спиридонова (<i>г. Красноярск</i>).....	275
ОБ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКАХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ Г.И. Старокожева (<i>г. Волгоград</i>).....	279
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ВЫЯВЛЕНИЕ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ О.В. Степанова, Е.В. Леготина (<i>г. Кемерово</i>).....	282
АНТИМОНОПОЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС- КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДЛЯ БИЗНЕСА А.В. Степанова, Л.Н. Медведева, Н.А. Водопьянова (<i>г. Волжский</i>).....	286
ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ Е.С. Стеценко (<i>г. Кемерово</i>).....	290
УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ ОТРАСЛЕВОЙ СРЕДЫ ПРИ УПРАВЛЕНИИ РИСКАМИ ИНВЕСТПРОЕКТОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Сюй Юнь (<i>г. Москва</i>).....	293

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗРАБОТКИ НОВОЙ ПРОДУКЦИИ (ОАО «АНЖЕРОМАШ») И.Н. Третьякова (г. Кемерово).....	297
РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ СРОКАМИ ПРОЕКТОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ А.И. Тукшумский (г. Москва).....	302
СТРУКТУРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ И ПУТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ О.В. Тумаркин (г. Санкт-Петербург).....	306
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ А.Б. Урусова (г. Черкесск).....	309
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ Е.А. Усольцева, К.О. Филягина (г. Кемерово).....	314
ОЦЕНКА И ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ К.Р. Файзулин (г. Красноярск).....	318
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАШИНОСТРОЕНИЯ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ Р.Ф. Фаляхов (г. Кемерово).....	322
ПОЛИАСПЕКТНОСТЬ ЗАДАЧ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ О.А. Чернова (г. Ростов-на-Дону).....	327
ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОСТИ К ФИНАНСОВЫМ РИСКАМ КОМПАНИЙ «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКИ» В УСЛОВИЯХ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ РОССИИ Р.Е. Черных (г. Междуреченск).....	330
АНАЛИЗ ФАКТОРОВ И ИНДИКАТОРОВ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ Чжан Шулинь (г. Москва).....	335
НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СУДЕБНОГО ШТРАФА И ПУТИ РЕШЕНИЯ А.В. Шадрина (г. Казань).....	338
МОНОПОЛИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ Н.Ф. Шарипова, М.А. Бахматова (г. Прокопьевск).....	340

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ АПК КАК ОСНОВА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА С.А. Шелковников, Э.М. Лубкова (<i>гг. Новосибирск, Кемерово</i>).....	344
ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ ЗАСТРОЙЩИКОВ ЖИЛЬЯ В КУЗБАССЕ О.А. Шилова (<i>г. Кемерово</i>).....	347
ОСОБЕННОСТИ МОНОПОЛИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНКА К.С. Шлепина (<i>г. Волгоград</i>).....	349
РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И СПОСОБЫ ИХ РЕШЕНИЯ Д.М. Шор, И.М. Шор, Д.А. Шелестова (<i>г. Волгоград</i>).....	352
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ Т.А. Штуккерт (<i>г. Кемерово</i>).....	355
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ЛОКАЛЬНЫХ РЫНКОВ В РОССИИ Л.Г. Шутько (<i>г. Кемерово</i>).....	359
ЭВОЛЮЦИЯ СФЕРЫ РЕГУЛЯРНЫХ ПЕРЕВОЗОК И ПРАКТИКА ПРЕСЕЧЕНИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН А.А. Яфизов, А.Н. Розенталь, В.Г. Казаков, Р.Э. Яруллин (<i>г. Казань</i>).....	363

Научное издание

КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ

*Сборник материалов
III Всероссийской научно-практической конференции
студентов, магистрантов, аспирантов,
научно-педагогических работников и специалистов
в области антимонопольного регулирования
(Кемерово, 15-16 октября 2020 г.)*

Печатается в авторской редакции

Подписано в печать 08.10.2020. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 23,6
Тираж 100 экз. Заказ .
КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Весенняя, 28
Издательский центр УИП КузГТУ, 650000, Кемерово, ул. Д. Бедного, 4 а.