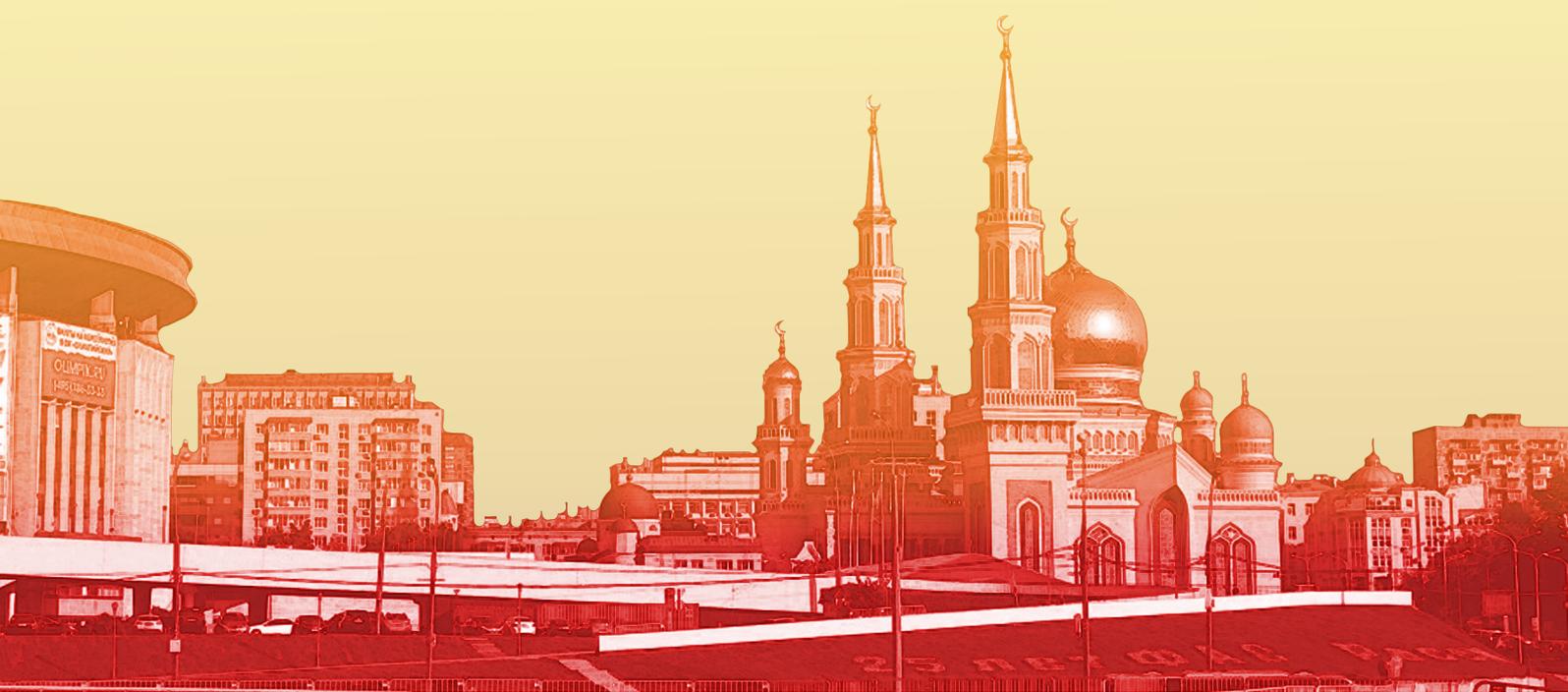




VI Международная научная конференция

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ



Москва

УДК 330
ББК 65
А43

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева, Т. К. Абдрасилов, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев, М. А. Игнатова, Р. М. Искаков, К. К. Калдыбай, А. А. Кенесов, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, Е. В. Матвиенко, М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Б. Ж. Паридинова, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин, А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственный редактор: *Е. И. Осянина*

Международный редакционный совет:

З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), К. М. Ахмеденов (Казахстан), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан), Р. М. Искаков (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия), А. Н. Кошербаева (Казахстан), К. И. Курпаяниди (Узбекистан), В. А. Куташов (Россия), Э. Л. Кыят (Турция), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), М. С. Федорова (Россия), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)

А43 Актуальные вопросы экономики и управления : материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2018 г.). — М. : Буки-Веди, 2018. — iv, 48 с.

ISBN 978-5-4465-0946-1

В сборнике представлены материалы VI Международной научной конференции «Актуальные вопросы экономики и управления».

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

ISBN 978-5-4465-0946-1

© Оформление.
ООО «Издательство Молодой ученый», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Мунтяну Н.В.

Теоретические основы формирования ипотечного кредитования в России. 1

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Дуйсалиева А.М.

Влияние применения интеллектуальных транспортных систем в России на темпы экономического роста 3

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Чевгун С.С.

Механизм устойчивого развития оборонно-промышленного комплекса России. 5

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Bui Thi Hanh, Nguyen Thi Nguyet Dung

Experience in managing monetary policy of Indonesia and lessons with Vietnam. 9

Дупленко В.И., Романова Е.

Изменение структуры экспорта из России после вступления в ВТО 15

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Козмиди К.С.

Анализ и оценка кредитоспособности заемщика. 18

Мунтяну Н.В., Вилков И.Н.

Состояние и тенденции развития рынка ипотечного кредитования в России 20

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Дикусарова М.Ю., Врагова К.В., Зыкова М.А.

Диспропорция спроса и предложения на рынке труда Приморского края 23

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ,
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**Бушев Ю.В.**

Методики поиска и подбора инженеров-программистов в IT-стартап 28

Григорьева Н.В.

Современные механизмы мотивации персонала банков в условиях организационных изменений 30

Кабулов Б.А., Кабулова Л.А.

Управленческое решение как центральное звено спортивного менеджмента 32

Лейман Е.Н.

Совершенствование механизма управления стоимостью имущественного комплекса вуза 34

Торгунская Н.Л., Торгунский П.С.

Лояльность персонала как основной показатель стабильности вуза. 37

ТУРИЗМ

Авдзы Э.

Тенденции индустрии туризма в условиях современной глобализации 40

Спиридонова Т.О., Шеметова Е.В.

Индивидуальный туризм как перспективное направление туризма в деятельности туристских фирм
Приморского края..... 43

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Теоретические основы формирования ипотечного кредитования в России

Мунтяну Никита Васильевич, магистрант
Тюменский государственный университет

В данной статье рассматриваются теоретические основы формирования ипотечного кредитования в России.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, ипотечный кредит, рыночная экономика, недвижимое имущество.

На сегодняшний день, как никогда раньше, возрастает роль ипотечного кредитования в рыночной экономике каждого цивилизованного государства. Ипотека является важным фактором решения многих социальных проблем, которые могут быть вызваны отсутствием жилья, тем самым обеспечивая экономическую стабильность и благоприятные условия для проживания граждан того или иного государства. Но несмотря на то, что на ипотечное кредитование приходится всего лишь 3% ВВП, этому сегменту экономики уделяется большое внимание и значение.

Под термином «ипотека» подразумевается залог на недвижимое имущество для получения ссуды в специальных кредитных учреждениях, как правило это осуществляется в банке.

Ипотечный кредит — это заем, выдаваемый кредитно-финансовыми организациями на долгий период, сроки и выплата которого прописаны в договоре, под залог имущества заёмщика. Стоит отметить, что ипотечный кредит — это не только финансовая операция с займом ссуды на приобретение недвижимого имущества, а денежные средства могут быть предоставлены на покупку автомобиля, яхты и т.д.

Как известно, любой экономический процесс произошёл не случайно, а он неразрывно связан с удовлетворением потребностей общества, и ипотека этому не является исключением.

Само понятие ипотеки имеет свои исторические истоки, ещё с древнегреческих времен, а конкретно VI в. до н. э. и связано с именем известного политика того времени Соломона. Но в России оно образовалось совсем недавно, около 250 лет тому назад, выраженного с появлением первых государственных кредитных учреждений, которые именовались как «Дворянские банки» образовавшиеся в 1754 году. С точки зрения исторического развития данного термина самым значительным моментом можно считать отмену крепостного права, что стало толчком для развития ипотечного кредитования в Российской Империи.

Для того чтобы понять, как отмена крепостного права повлияла на развитие ипотечного кредитования стоит посмотреть саму суть отмены крепостного права. Как известно

освобождены крестьяне были лишь формально, для того чтобы стать полностью независимыми они должны были выполнить определенное условие. Этим условием была выплата определенной суммы для того, чтобы выкупить собственную землю. При этом ссуда выдавалась на 49 лет, в течении которых и производились выплаты. Как можно заметить данная ссуда обладала признаками ипотечного кредита. Кроме того, дворянам также требовался определенные финансовые вливания, для того чтобы приспособиться к новым условиям, что также стимулировало развитие рынка. В результате для обслуживания данного сегмента рынка, в массовом порядке стали создаваться различные финансовые учреждения, как частные, так и государственные.

Данный порядок вещей сохранялся достаточно долгое время, за которое ипотечный рынок в России стабильно развивался. И вроде бы ничего не предвещало беды, но история решила по-другому. Октябрьская революция положила конец ипотечному кредитованию в России на долгие годы, в связи с ликвидацией рыночной экономики и перехода на плано-административную форму ведения государственного хозяйства, в которых кредитованию места не было.

С переходом на рыночную экономику возникла потребность в создании определенных финансовых институтов, в том числе способных совершать кредитование граждан в том числе и в области ипотеки. И такие учреждения были созданы. Правда тут стоит заметить, что из-за практически столетнего перерыва начинать в данной области пришлось практически с нуля, и наша система кредитования сильно отстала от западной. Такие аспекты, как благоприятная налоговая среда, более совершенные правовые нормы по реализации прав ипотечного кредитования, эффективные условия работы кредитных организаций, сегодня в большинстве своем находятся на достаточно слабом уровне развития. Тем не менее развитие ипотечной системы в России все-таки происходит как можно заметить из данных ЦБ до кризиса, начавшегося в конце 2014 года, количество выданных ипотечных кредитов постоянно росло.



Рис. 1. Динамика выданных ипотечных кредитов и средневзвешенных ставок в 2009–2016 гг.

Источник: База данных // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/hd_base/ (дата обращения: 03.05.2018)

Также рассматривая теоретические основы ипотечного кредитования в России стоит рассмотреть законы, регулирующие ипотечный рынок. Это такие законодательные акты как:

- «Закон об акционерных обществах»;
- «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним»;
- «Гражданский кодекс»;
- «Налоговый кодекс»;
- «Жилищный кодекс».

Отдельно стоит отметить такой федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16.07.1998 N 102-ФЗ. Данный закон состоит из 14 глав и 79 статей и непосредственно регулирует ипотечную сферу кредитования.

В нем описывается сам процесс ипотечного кредитования, требования к нему, а также особенности ипотеки разных форм недвижимости (земельных участков, жилых помещений, предприятий).

Таким образом из вышеизложенного следует, что в России существует определенная, как правовая, так и институциональная основа ипотечного кредитования, а также собственная история этого вида финансовой деятельности. Тем не менее стоит отметить, что этот рынок еще достаточно молод и слабо развит в сравнении с западными странами, из-за практически столетнего перерыва, и ему еще есть куда расти. Но основы для его развития уже заложены, что может позволить говорить о достаточно светлом будущем для рынка ипотечного кредитования в России.

Литература:

1. База данных // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/hd_base/ (дата обращения: 03.05.2018).
2. История ипотеки в России с 1754 года до наших дней // РУСИПОТЕКА. URL: http://rusipoteka.ru/istoria_ipoteki/ipoteka_istoriya/ (дата обращения: 26.04.2018).

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Влияние применения интеллектуальных транспортных систем в России на темпы экономического роста

Дуйсалиева Аделя Мадиевна, студент
Астраханский государственный университет

Данная статья посвящена взаимосвязи внедрения интеллектуальных транспортных систем и увеличения темпов экономического роста. Внимание обращено на такие аспекты как: понятие интеллектуальных транспортных систем, сферы их применения и последствия их применения.

Ключевые слова: интеллектуальные транспортные системы, ИТС, транспорт, экономический рост.

Позитивные изменения в облике мирового транспорта на рубеже 21 века сопровождаются рядом негативных последствий, масштабы и значимость которых дают основания оценивать их как стратегические вызовы национального и даже континентального масштаба. К их числу относятся неприемлемый уровень людских потерь, рост потребления не возобновляемых источников энергии и негативного влияния на окружающую среду, постоянно растущие задержки людей и грузов на всех видах транспорта, связанные как с объективным недостатком мощностей транспортной инфраструктуры, так и с низким уровнем управления транспортными потоками.

Стремительный рост и глобализация мировой экономики, качественное увеличение интенсивности и оборота транспортных потоков, изменение масштабов компьютеризации систем управления и мониторинга разнообразных экономических и пространственных процессов требуют интеллектуальной поддержки управления этими процессами, т. е. внедрения информационных транспортных систем, что может привести к качественным изменениям национальной экономики.

Интеллектуальные транспортные системы (ИТС) представляют собой информационные и коммуникационные системы, системы автоматизации и транспортной инфраструктуры, направленные на обеспечение безопасности, качества и эффективности транспортных процессов [1, с.30].

В современном мире ИТС— это новое направление в науке, технике, экономике и бизнесе, рассматриваемое как самый эффективный инструмент для решения проблем транспорта и источник создания новых отраслей в промышленности. Усилия государств, международных организаций, научного сообщества и бизнеса, общественности направлены на такие ключевые направления, как существенное повышение безопасности морских, железнодорожных, автомобильных перевозок, перевозок трубопроводным транспортом, повышение производительности,

пропускной способности внутренней и внешней транспортной системы.

ИТС включает в себя взаимодействие информационных технологий в отношении ключевых составляющих транспортных процессов: человек — транспортные средства — транспортная инфраструктура. ИТС характеризуется выполнением творческих функций, которые традиционно относятся к функциям человека. Другими словами, ИТС могут самостоятельно работать при отсутствии воздействия внешних факторов [2, с.44].

В связи с тем, что государство ежегодно стремится развить экономику и расширить международные связи, качество услуг транспортного комплекса нашей страны должно соответствовать более высокому уровню.

Для того чтобы обеспечить рост качества транспортных услуг, и как следствие, рост эффективности экономики страны, необходимо применить следующие меры: увеличить количество транспортных средств; организовать своевременную безопасную доставку грузов и пассажиров; снизить загруженность транспортных путей; повысить скорость перевозок; сократить издержки, затрачиваемые на транспорт, и т. д.

Применение ИТС в России обеспечит:

- формирование единого транспортного пространства России;
- повышение доступности услуг транспортного комплекса;
- повышение эффективности управления транспортными процессами;
- повышение безопасности транспортной системы;
- снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду;
- социально-экономическое развитие страны [3, с.101].

Согласно концепции развития интеллектуальных транспортных систем в Российской Федерации (проект 13.04.2015), первый этап реализации концепции заключается в проведении следующих мероприятий:

- создание Консорциума, создание пилотной зоны ЕИП;
- разработка Архитектуры ИТС и единой базы знаний;
- разработка Федерального закона и подзаконных актов, регламентирующих создание ЕИП, и прописывающих права и обязанности участников ИТС.

Взаимодействие различных ИТС-сервисов и ИТС-систем между собой основано на обмене информацией о текущем статусе транспортных процессов. В целях беспрепятственного доступа к такой информации необходимо создание Единого информационного пространства (ЕИП).

Для определения формата предоставления информации в ЕИП необходимо создание технического консорциума, состоящего из представителей федеральных органов исполнительной власти, органов власти субъектов Российской Федерации, научных институтов и общественных организаций, организаций транспортного комплекса и др. Задачей консорциума станет определение полноты, актуальности, степени секретности и формата передачи данных в ЕИП. Решения консорциума будут информационными для субъектов транспортного комплекса и сопутствующих отраслей.

Национальная архитектура ИТС — комплекс документов, содержащий детальное описание возможных вариантов построения систем, требования к элементам систем, обеспечивающие эффективность и безопасность

их разработки и эксплуатации, а также методические материалы по разработке архитектур локальных ИТС, соответствующих потребностям заказчика и общим требованиям к системам и их компонентам [4, с.21].

Согласно концепции развития интеллектуальных транспортных систем в Российской Федерации, в период с 2015 по 2017 годы, в России была создана нормативно-правовая база для внедрения ИТС, увеличилось количество предоставляемых федеральными сетями ИТС-сервисов, был создан механизм субсидирования региональных заказов [5]. Примечательно, что в эти годы происходит рост сальдо торгового баланса и наблюдается положительное изменение номинального ВВП страны [6].

Таким образом, формирование и внедрение российских ИТС повысит эффективность управления перевозками, сократит непроизводительные затраты на транспортировку грузов, пассажиров, ускорит развитие национальной транспортно-коммуникационной и экономико-информационной структур, обеспечит благоприятный климат для внедрения сервисов на основе уже существующих навигационных спутниковых систем, что способствует созданию рабочих мест, увеличению налоговых выплат, успешному развитию товарных отношений, положительному изменению сальдо торгового баланса, снижению транзакционных издержек, росту экономического благосостояния граждан и развитию экономики страны в целом.

Литература:

1. Козлов, Л. Н., Урличич, Ю. М., Циклис, Б. Е. О концептуальных подходах формирования и развития интеллектуальных транспортных систем в России / Козлов Л. Н., Урличич Ю. М., Циклис Б. Е. // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. — 2009. — № 3–4 (22–23). — С. 30–35.
2. Маркелов, В. М., Соловьев, И. В., Цветков, В. Я. Интеллектуальные транспортные системы как инструмент управления / Маркелов В. М., Соловьев И. В., Цветков В. Я. // Государственный советник. — 2014. — № 3(7). — С. 42–49.
3. Панамарева, О. Н. Интеллектуальные транспортные системы — инструмент повышения эффективности экономики России в целом / Панамарева О. Н. // Общество: политика, экономика, право. — 2012. — № 2. — С. 96–103.
4. Жанказиев С. В. Интеллектуальные транспортные системы: Учебное пособие / С. В. Жанказиев. — М.: МАДИ, 2016. — 120 с.
5. Проект «Концепции развития интеллектуальных транспортных систем в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://its-russia.ru/news/deyatelnost-ekspertnogo-soveta/opublikovan_proekt_kontseptsii_razvitiya_intellektualnykh_transportnykh_sistem_v_rossiyskoy_federats/ — Загл. с экрана.
6. Национальные счета. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts — Загл. с экрана.

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Механизм устойчивого развития оборонно-промышленного комплекса России

Чевгун Сергей Сергеевич, аспирант

Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (г. Москва)

В статье рассмотрены взаимосвязи в системе «биосфера — общество — государство — экономика — оборонно-промышленный комплекс», предложены авторские определения терминов «устойчивое развитие оборонно-промышленного комплекса (ОПК)» в широком и в узком смысле, «механизм устойчивого развития ОПК». Разработан механизм устойчивого развития оборонно-промышленного комплекса, включающий в себя алгоритм устойчивого развития и уровни обеспечения устойчивости. Выявлено отсутствие применимых к оборонно-промышленному комплексу методик, способов, критериев, меры и нормативов устойчивости развития, предложена система характеристик. Предложено для устойчивого развития ОПК применять предсказывающе-исправляющий метод управления, как обеспечивающий наиболее высокое качество. Обозначена необходимость перехода к новой общественной парадигме понимания роли экономики в рассмотренной системе взаимосвязей.

Ключевые слова: устойчивое развитие, механизм устойчивого развития, алгоритм устойчивого развития ОПК, уровни устойчивости.

Обеспечение устойчивого развития экономических систем в условиях динамично меняющейся внешне-политической обстановки остаётся одной из наиболее приоритетных задач нашего государства. Формы конкурентного противостояния суверенных экономик в настоящее время приобретают всё более многоаспектный характер. Санкции, направленные на отдельные предприятия и отрасли российской экономики, представляют собой активно применяемый инструмент борьбы за мировые рынки, отказ от которого в ближайшей перспективе маловероятен.

Оборонно-промышленный комплекс (ОПК) России находится в центре такого воздействия.

Для осуществления эффективных управляющих воздействий с целью обеспечения устойчивости развития ОПК как динамической системы необходима регулярная разработка краткосрочного и долгосрочного прогнозов в отношении развития оборонной отрасли не только России, но и ОПК других государств. В основе таких прогнозов должны лежать данные, получаемые в ходе регулярного системного анализа. Рассмотрим мировые тенденции рынка вооружения и военной техники.

На рисунке 1 представлен график, на котором отображено изменение объёма мировых военных расходов за период 1988 по 2017 гг. в миллиардах долларов США (в ценах 2016 года).

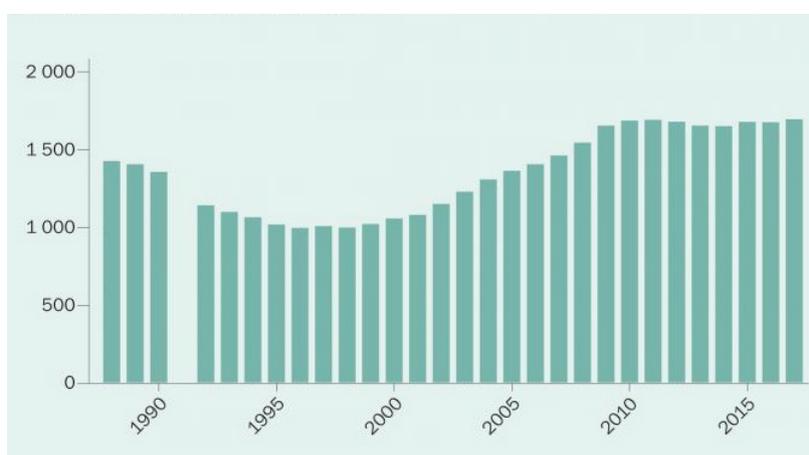


Рис. 1. Тенденция расходов на вооружение в мире 1988–2017 гг. [8] (Данные за 1991 год отсутствуют.)

Анализ данных, представленных на рисунке 1, показывает, что за прошедшие 20 лет мировые расходы на вооружение выросли примерно в полтора раза. За период 2013–2017 гг. экспорт увеличился на 10 процентов по отношению к 2008–2012 гг. В 2017 году общий мировой объём военных расходов составил 1,739 триллиона долларов США.

По данным SIPRI [9], в 2017 году доля отечественного ОПК в международном экспорте в сравнении с 2008–2012 годами сократилась на 7,1 % и составила 22 %. По отношению к 2016 году объём экспорта снизился на 66,3 миллиарда долларов США.

Ключевыми контрагентами России (из сорока семи стран) являются Индия, КНР и Вьетнам, с долями в экспорте соответственно 35, 12 и 10 процентов.

В региональном разрезе за период 2008–2012 гг. в страны азиатско-тихоокеанского региона было направлено 66 процентов от общего российского экспорта продукции оборонно-промышленного комплекса.

Мировой рейтинг экспорта вооружения и военной техники возглавляют США, их доля в мировом объёме составляет 35 %. Второе место в этом списке занимает Российская Федерация с долей 22 %. Третье место принадлежит Франции — 6,7 % в мировом объёме экспорта.

Четвёртая в рейтинге — Германия с долей 5,8 %, всего на 0,1 % от неё отстаёт Китай — 5,7 %.

Важно отметить, что отношение доли военных расходов к показателю ВВП у Российской Федерации одно из самых высоких и составляет свыше 4 %.

За прошедшие девять лет экспорт продукции оборонно-промышленного комплекса России вырос на 36 процентов.

Особо отметим, что общие военные расходы 29 государств — членов Организации Североатлантического договора¹ в 2017 году составили 201 [10] миллиард долларов США, что составляет долю 52 % от общих мировых расходов на вооружение.

Китай в 2017 году показал наибольший рост военных расходов, абсолютная величина которого составили 12 миллиардов долларов США.

Исходя из анализа взаимосвязей элементов системы «биосфера — социум — государство — экономика — оборонно-промышленный комплекс» (рис. 2) нами установлено, что ни один из них не может рассматриваться как «замкнутая система» ввиду фактически существующего взаимодействия, описываемого динамикой качественных и количественных биосферно-экологических, социально-демографических и финансово-экономических характеристик.

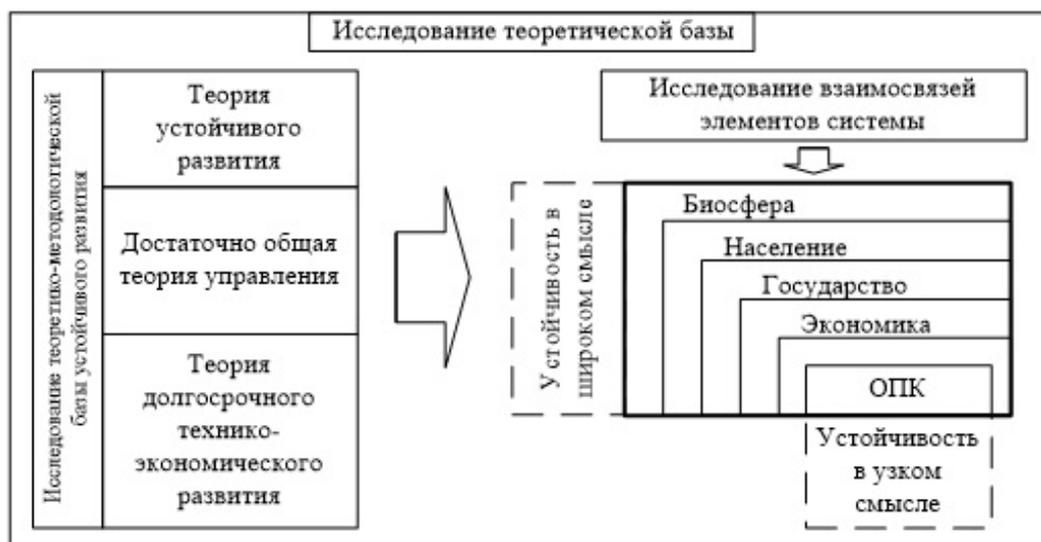


Рис. 2. Взаимосвязи в системе «биосфера — социум — государство — экономика — оборонно-промышленный комплекс»

В этой связи, вопрос обеспечения устойчивости оборонно-промышленного комплекса в широком смысле нами предлагается понимать в контексте рассмотрения всей совокупности указанных характеристик. Обеспечение устойчивости исключительно финансово-экономическими средствами — характеризует устойчивость в узком смысле.

Таким образом, термин «устойчивое развитие» применительно к функционированию оборонно-промышленного комплекса (ОПК) понимается нами как способность

системы — ОПК — неопределённо длительно достигать своих целей, развивать целостность и совершенствоваться, при этом обладая способностью противостоять препятствующему этому внешнему воздействию.

Механизм устойчивого развития понимается нами как совокупность способов и средств оказания на оборонно-промышленный комплекс управляющего воздействия, в узком смысле — финансово-экономическими методами.

¹ Англ. North Atlantic Treaty Organization (NATO)

Механизм устойчивого развития в широком смысле включает шесть уровней обеспечения устойчивости: 1) системно-методологический — характеризуется степенью обеспечения устойчивости остальных отраслей экономики; 2) алгоритмический — включает утверждение эталонов и формирование стандартов, в том числе и на социальные явления (последнее чаще называют «деловой этикой»), установление требований к качеству, как производимой продукции, так и планируемой; 3) технологический — обеспечение превосходства технологий; научно-технический поиск и разведка (в том числе и контрразведка) и управление всей совокупностью научно-технической информации; 4) финансово-экономический — включает показатели процессов производства, распределения, потребления и экспортно-импортного обмена отрасли; 5) кадровый уровень — включает воспроизводство и подготовку кадров необходимой квалификации. (В эту категорию входит вся совокупность демографических факторов, включая социокультурные: ценности, традиции и установки; управленческие, производственные и научные навыки; мотивы и отношения к труду, качеству жизни, государственным и иным институтам и пр.; трудовая мобильность; образование); 6) организационно-технический уровень — организация производства и обслуживания вооружения и военной техники.

Степень обеспечения устойчивости ОПК возрастает при движении от организационно-технического уровня к системно-методологическому, при этом возрастает и время, затрачиваемое на реализацию алгоритма.

Устойчивость в широком смысле, по нашему мнению, характеризуется набором 1) биосферных (физико-географических и климатических факторов; биоценозов); 2) демографических: качественных — медико-биологических и социокультурных; и количественных — численность и характер расселения; 3) финансово-экономических характеристик. Последняя группа должна включать показатели процессов 1) производства, 2) распределения, 3) потребления и 4) экспортно-импортного обмена.

Финансовая устойчивость, по нашему мнению, является не состоянием, характеризующим предприятие в определённый момент времени, а процессом, оценку которого целесообразно проводить на интервалах времени, охватывающих несколько последовательно реализованных полных циклов производства. Устойчивость в финансовом аспекте определяется как положительная платежеспособность рассматриваемого предприятия в каждом полном цикле

производства в рассмотренной ретроспективе и в прогнозируемом, на её основе, будущем.

Алгоритм устойчивого развития промышленного комплекса, по нашему мнению, должен включать следующую преемственную совокупность этапов.

1. Выявление фактора среды, вызывающего потребность в управлении. На этом шаге осуществляется анализ и выявление процессов, явлений в управляемой системе и внешней среде.

2. Формирование стереотипа распознавания выявленного в п. 1 фактора включает комплектование набора контрольных индикаторов и показателей мониторинга выявленных процессов и явлений.

3. Целеполагание в отношении выявленного фактора. Постановка непротиворечивых целей в отношении выявленных процессов и явлений и упорядочивание этого перечня по степени важности (значимости) в список, называемый вектором целей. Формирование прогноза динамики изменения поведения объекта управления в процессе реализации вектора целей под давлением внешней среды.

4. Формирование генеральной концепции управления и частных концепций управления в отношении каждой из целей — в составе вектора целей. Формирование целевой функции (выбор методов, способов и средств достижения поставленных в п.3 целей).

5. Внедрение генеральной концепции управления в жизнь: организация управляющей структуры, несущей целевую функцию управления (создание новой структуры управления или коррекция уже имеющейся).

6. Контроль (наблюдение) за деятельностью структур в процессе управления, ресурсное, информационное, кадровое и т. д. обеспечение процесса, формирование перечня корректирующих действий в режиме реального времени или с упреждением.

7. Ликвидация существующих структур и высвобождение используемых ресурсов в случае ненадобности, либо поддержание их в работоспособном состоянии до следующего использования.

В силу внутренней не самодостаточности в аспекте производства конечного продукта, при невозможности обеспечить поддержание всей производственной целостности, выстроенной в рамках производственной кооперации, предприятия оборонно-промышленного комплекса целесообразно рассматривать в виде совокупности реализуемых ими технологических процессов.

Литература:

1. Величко М. В., Ефимов В. А., Зазнобин В. М. Экономика инновационного развития. Управленческие основы экономической теории: Монография. — СПб.: СПб ГАУ, 2015. — 358 с.
2. Достаточно общая теория управления: Постановочные материалы учебного курса факультета прикладной математики — процессов управления. С.-Петерб. гос. ун-та (1997–2003 гг.). — Новосибирск: ПИК ВИНТИ, 2003. — 394 с.
3. Императивы эффективности производства / Костюхин Ю. Ю., Жданкин Н. А., Ларионова И. А. и др. — М.: Изд. Дом МИСиС, 2016. — 91 с.

4. Канавцев М. В., Попова А. Л. Трансформация экономических функций государства в условиях структурных изменений экономики // Инновационная наука. 2015. № 7–1 (7). с. 114–115.
5. Михин В. Ф., Чевгун С. С. Динамическая балансовая модель организационно-экономического механизма вертикально-интегрированной структуры в ОПК // Экономика в промышленности. 2017. № 4. с. 50–55.
6. Нуттунен П. А. О некоторых подходах к формированию системы сбалансированных показателей индикативного планирования // Известия Международной академии аграрного образования. 2008. № 7. Т. 2. с. 41–47.
7. Чевгун С. С. Государственные корпорации в оборонно-промышленном комплексе (ОПК): организационно-экономический механизм как фактор, обеспечивающий эффективность отрасли // Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право. 2015. № 6. с. 70–75.
8. Интернет-ресурс. — Режим доступа: <https://www.sipri.org/research/armament-and-disarmament/arms-transfers-and-military-spending/military-expenditure#expanded>, свободный. — Загл. с экрана. — (дата обращения: 19 мая 2018 г.).
9. Stockholm International Peace Research Institute, свободный. — Загл. с экрана. — Режим доступа: <https://www.sipri.org/>
10. По данным SIPRI Интернет-ресурс. — Режим доступа: <https://www.sipri.org/media/press-release/2018/global-military-spending-remains-high-17-trillion>, свободный. — Загл. с экрана. — (дата обращения: 08 мая 2018 г.).

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Experience in managing monetary policy of Indonesia and lessons with Vietnam

Bui Thi Hanh;

Nguyen Thi Nguyet Dung

Hanoi University of Industry (Vietnam)

This paper examines the conduct of Indonesian monetary policy through various stages of economic development. In particular, this research focuses on the study of changes in the monetary policy management mechanism of Indonesia since the Asian financial and monetary crisis so far. In addition, the paper analyzes the achievements and constraints in managing the monetary policy of Indonesia since the application of flexible monetary policy targeting inflation. From there, the authors provide some lessons learned in managing monetary policy for Vietnam in the coming time.

Keywords: *monetary policy, monetary policy management, target inflation*

Monetary policy management is always one of the macroeconomic issues that countries are particularly interested in intervening in the economy to achieve economic growth, price control, employment and other goals in each stage of development of each country.

In recent years, the Vietnamese economy has shown a lot of instability. It is expressed most clearly through the inflation rate of Vietnam increased, decreased erratically. Vietnam's inflation is more stable in 2016 (3.24 %) and 2017 (3.55 %), but the growth rate is not high. In addition, the world economic situation has many changes, monetary policies of major countries are regularly adjusted which affects the economy of Vietnam. The issue for Vietnam is to choose a right, flexible, consistent and transparent monetary policy that will enable the economy to grow rapidly and sustainably.

The effect of monetary policy is that many economists point out that it is highly dependent on the ability of policymakers to choose the appropriate monetary policy framework to influence the economic activity and price control. Therefore, in order to select effective mechanisms for managing monetary policy, Vietnam should study and learn experiences in managing monetary policies of countries with many socio-economic similarities with Vietnam. In countries around the world and in the region, Indonesia is one of the countries with many similarities. Indonesia was one of the four most severely affected by the Asian financial crisis 1997. However, Indonesia has overcome the consequences of the crisis and has certain achievements in economic development after the crisis. One of the reasons leading to this success is that Indonesia choose an appropriate policy framework and the monetary policy operating effectively.

In this article, the authors focus on research the experience of managing monetary policy of Indonesia from which to draw lessons learned for Vietnam.

Literature review

In domestic and foreign studies on monetary policy in Indonesia, there are several studies:

Hoang Thi Lan Huong (2013) introduced a new view on a complete exchange rate policy, applying the method of dividing the exchange rate regime into phases and using the main macroeconomic indicators for analysis. In this study, the author compares the exchange rate policy of Vietnam with China, Thailand, Indonesia, Malaysia, and Singapore. In addition, the author not only study the experience of managing monetary policy of Indonesia but also compare the exchange rate policies of Vietnam with the policy of Indonesia.

Nguyen Van Ha (2015) studied, analyzed and assessed the current situation and main contents of the reform of the financial and monetary system in Indonesia. This study focused on the experience of restructure the banking system and financial system of Indonesia and highlights the successes, lessons learned and experiences for Vietnam.

The study by Andrew Filardo and Hans Genberg (2012) pointed out that the choice of monetary policy frameworks and the different approaches by central banks in the Asia-Pacific region to achieve their inflation target. The study also confirmed that this region is typical of the use of monetary inflation targeting. It can be seen as a pattern for central banks in countries that are pursuing counter inflationary monetary policy and offering better solutions to monetary policy management. Indonesia is one of the countries mentioned in this study.

Therefore, the above research only mentioned one or some of the contents of monetary policy of Indonesia. The content of the Indonesian monetary policy in these studies has not been mentioned as the main objective of the study. Thus, the study of the authors in this paper is not duplicated and filled the research gap

Methodology

To achieve the purpose of this study, the author uses qualitative methods with typical methods:

— *Analytical and synthesis method*: Based on the analysis of experience in monetary policy management in Indonesia, the article reviews and synthesizes lessons for Vietnam in implementing monetary policy.

— *Comparative approach*: Through the collection of information, the authors general data on the experience of monetary policy management of Indonesia. At the same time, the authors compares and contrasts with the monetary policy management mechanisms of Vietnam; from there, they found

The Indonesia's macroeconomic indicators are shown in Table 1.1:

Table 1. Some macro indicators of Indonesia from 2011 to 2018

Macro indicators	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Growth rate (%)	6.2	6.0	5.6	5.0	4.7	5.0	5.1	5.3
Inflation rate (%)	5.4	4.3	8.4	8.4	3.4	3.0	3.5	3.5
Public debt (% of GDP)	23.1	23.0	24.9	24.7	27.4	28.3		
Current Balance / GDP (%)	0.2	-2.8	-3.3	-3.1	-2.1	-1.8	-1.6	-1.8
Population (Million people)	245	248	251	254	258	261	264	267
% Poor population	12.5	11.7	11.5	11.0	11.1	10.9	na	Na
Unemployment rate (%)	6.6	6.1	6.3	5.9	6.2	5.6	na	na

[Source: <https://www.indonesia-investments.com/finance/macroeconomic-indicators/item16/>]

Until now, monetary policy frameworks applied in Indonesia are heavily influenced by the developmental stages of the financial sector (Solikin M. Juhro and Miranda S, 2016). We can see more clearly when studying the Indonesian monetary policy through stages.

— Prior to 1999: Indonesia implemented a policy of monetary policy anchored at a crawling peg rate (Crawling Peg Regime);

similarities and differences in managing monetary policy of Indonesia and Vietnam

Experience in managing monetary policy of Indonesia

Indonesia's economy is considered one of the emerging market economies in the world. Indonesia is also a country with impressive economic growth after overcoming the Asian financial crisis of the late 1990s (World Bank, 2017). Indonesia is classified as a new industrialized country. In addition, Indonesia is the 16th largest economy in the world by nominal GDP and the seventh largest in terms of GDP (purchasing power parity).

— 1999–2005: The Monetary Policy Framework of Indonesia takes the basic money as the target (Base Money);

— From 2005 to 2017: Indonesia adopted the framework of the formal inflation targeting policy. In this period, Indonesia adjusted the traditional inflation targeting framework to flexible monetary policy in late 2008 and officially applied and maintained the flexible inflation targeting policy from 2009 until now.

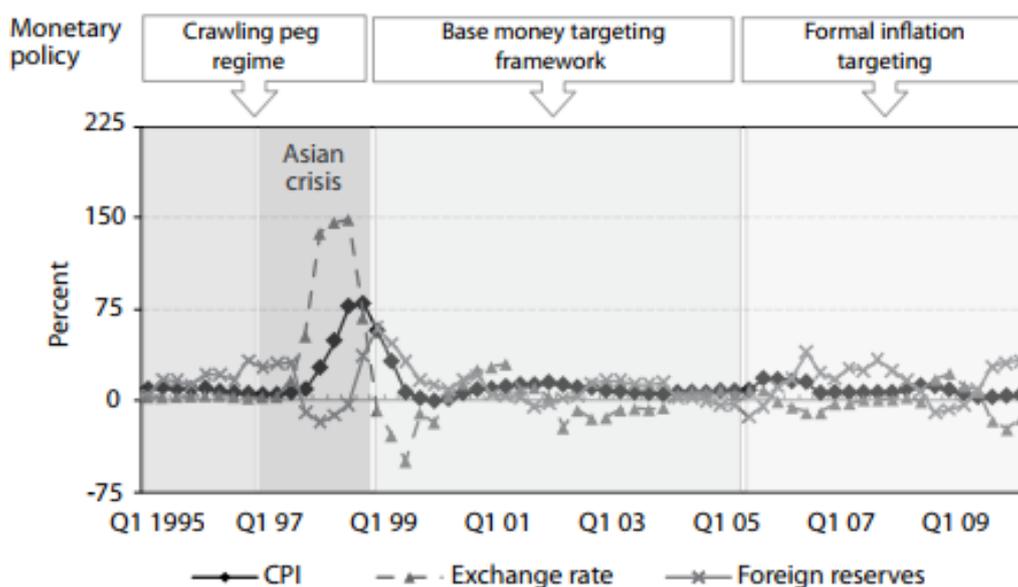


Fig. 1. Monetary Policy of Indonesia from 1995 to 2009 [Source: Asian Development Bank (2010)]

Prior to the deregulation of finance in 1983, Indonesia's financial system was underdeveloped and characterized by financial control. Essential policy components are interest rate ceiling and interest rate management. Bank lending is directly allocated through selective credit control. Accordingly, the Government of Indonesia defined lending priorities for all economic sectors, activities and beneficiaries. In June 1983, the Indonesian government announced the abolition of the ceiling interest rate for all banks and removed most of the interest rate controls previously applied to state-owned commercial banks. These policies are primarily intended to offset the decline in oil revenues, which forces the government to act to promote domestic savings. In addition, the elimination of financial constraints will improve the efficiency of the financial sector and attract overseas deposits. Moreover, abolishing the credit allocation mechanism will improve the efficiency of capital use.

In October 1988, the government continued to introduce strong measures aimed at loosening its finances, notably the reduction of compulsory reserve ratios. Despite, there was significant changes in monetary activity, the objectives of the monetary policy remain unchanged: price stability (low inflation), sustainable economic growth and balance of payments.

The economic and financial crisis that began in mid-1997 has had a more serious, prolonged and difficult impact on Indonesia than in other countries in the region. Pressure on exchange rates and foreign currency reserves during the crisis forced the Indonesian central bank to abandon its crawling peg regime and allow floating Rupiahs in August 1997. The sharp devaluation of the Rupiah is the starting point for the crisis which has led to the worst economic situation in Indonesia in more than 30 years. Real GDP fell by 13.2% in 1998, in addition to the large-scale collapse of the banking system, corporate bankruptcy and job loss in industries, particularly construction (Halim Alamsyah et al., 2001).

Immediately following the floating of the currency, the Indonesian government passed a tightening monetary policy, raising interest rates aggressively and forcing SOEs to withdraw capital from the banking system and buy value certificates from the central bank. In addition, in order to avoid the bankruptcy and collapse of the entire banking system, the Indonesian central bank has played the ultimate lender role to provide large liquidity to troubled banks. This caused a temporary loss of monetary control at the end of 1997 and early 1998. Therefore, the main objective of the Indonesian central bank was to restore confidence in the currency; inflation must be stopped and inflation must be lowered.

After the crisis, there was a change in the implementation of the monetary policy, which was accompanied by a new banking law by the Indonesian central bank. It regulated total independence for the central bank in the formulation and implementation of monetary policy. It stipulates that

the Indonesian central bank as an independent state non-government body, and set the monetary policy objective of maintaining the stability of the Rupiah. To achieve this, the law allowed the central bank to implement the monetary policy by setting up a monetary targeting system, taking into account the inflation target and managing the money. Another important change introduced by the new law is forbidding the central bank to subsidize government spending and buy government bonds in the primary market. However, central bank was allowed to buy bonds on the secondary market to achieve the objective of monetary policy.

After the transition period of the CSTT framework from the basic monetary framework as a target to the inflation targeting policy from 2000 to 2005, the Indonesian central bank officially adopted the inflation targeting framework in July 2005. The central bank implemented a more transparent communication strategy aimed at strengthening monetary signals through the use of interest rates and exchange rates by Indonesian central banks such as policy interest rates and short-term money market rates. Under the framework of this new monetary policy, the central bank of Indonesia to strengthen the policy mechanisms and implemented through a forward-looking strategy to pursue inflation targeting.

Shortly before the 2008 financial crisis, the central bank of Indonesia adjusted operating monetary policy in the direction of flexible inflation targeting monetary policy instead of the traditional framework (Reza Siregar and Siwei Goo, 2008; Josef T. Yap, 2008). Following the global financial crisis and economic recession, the Indonesian central bank continued to build and pursue a flexible inflation targeting mechanism in the direction of putting financial security indicators into its response function. Flexible inflation targeting monetary policy is applied in Indonesia until now.

The main monetary policy instruments used by Indonesia since the introduction of inflation targeting are policy rates to influence monetary policy objectives rather than the use of open market operations and reserve instruments which is the key tool in the previous phase. The central bank of Indonesia has set itself a key policy interest rate, with a clear, carefully selected notification effect on the basis of thorough research on the transmission mechanism of monetary policy.

Assessment and lessons learned for Vietnam

1. Assessment

Indonesia has made changes to the monetary policy framework before adopting the inflation targeting policy. However, before adopting the official monetary policy inflation target, other monetary policy frameworks face many economic problems leading to monetary policy not achieving its policy objectives. One of the most obvious manifestations of Indonesia's monetary policy is the failure to control inflation. This is demonstrated by the table below:

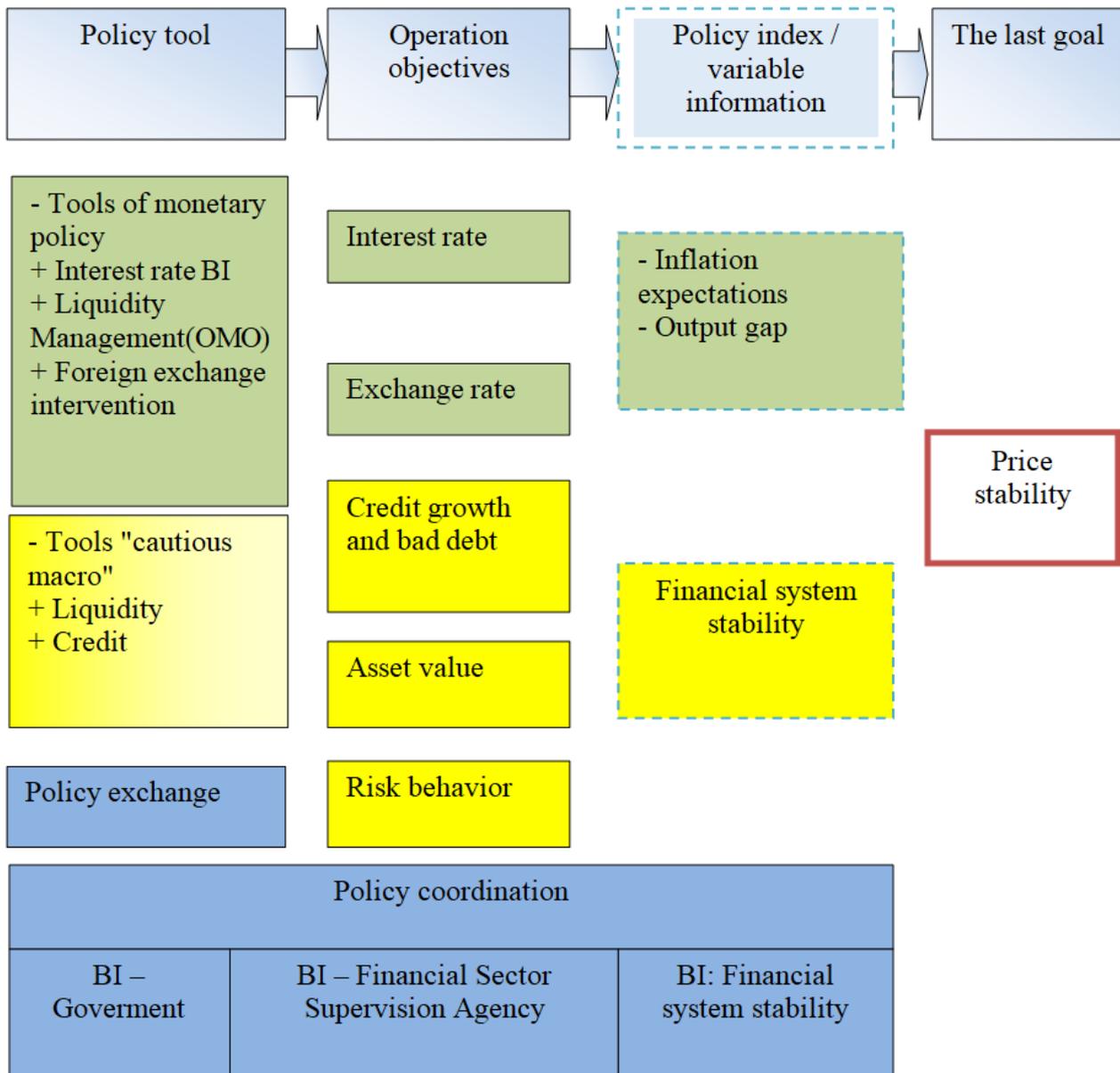


Fig. 2: New version for flexible inflation targeting monetary policy mechanism [Source: Inflation Report 2010 of Indonesia Central Bank]

Table 2. Inflation rate of Indonesia during 1995–2005

Year	Target inflation	Real inflation	Year	Real inflation	Real inflation
1995	-	9,43 %	2000	3–5 %	3,72 %
1996	-	7,96 %	2001	3–5 %	11,5 %
1997	-	6,22 %	2002	9 % — 10 %	11,87 %
1998	-	58,38 %	2003	9 ± 1 %	6,58 %
1999	-	20,48 %	2004	5.5 ± 1 %	6,24 %
			2005	6 ± 1 %	10,45 %

[Source: World Bank (2018)]

The results of the monetary policy management show that the manipulation of monetary policy and monetary policy in Indonesia was not effective.

The formulation of monetary policy with multiple objectives is also one of the causes of the failed in conducting monetary policy in Indonesia. Because monetary policy objectives may

be contradictory, leading to Indonesia's central bank can not achieve simultaneous goals. This also led to a decline in confidence in monetary policy. In addition, volume-driven operations that influence the flow of money have shown delays in achieving goals. And the central bank also showed a lack of control over the total means of payment for M2 when it grows fast. During this period, tools were used primarily as compulsory open market operations and reserve instruments. These tools are primarily intended to curb inflation, which has led to Indonesia's post-crisis economic recovery very slowly. Practices indicate that the use of these tools is inappropriate.

The adoption of the official inflation targeting policy framework in July 2005 has helped Indonesia achieve positive results in terms of achieving inflation, economic growth and stabilizing interest rates and reduce the volatility of inflation.

Beside the efficiency for the economy, in the operating management of inflation targeting policy framework has achieved remarkable achievements as follows:

— *Firstly*, in order to effectively manage the inflation targeting policy, Indonesia created a legal corridor before Indonesia adopting the new monetary policy framework by issuing a central bank law in 1999 and 2004 to regulate the operations of the central bank. The provisions in the law have clearly defined the responsibilities of the Indonesian central bank for the development and administration of monetary policy and also indicate the coordination between the central bank and the Government in implementing the objectives of monetary policy. This has enabled the implementation of the monetary policy objective to be consistent with other macroeconomic policies in order to create higher operating efficiency.

— *Secondly*, the central bank of Indonesia has a consistency in monetary policy. Accordingly, the objectives, inflation indexes and monetary policy instruments are clearly defined, specific and consistent throughout policy implementation.

— *Thirdly*, the determination of inflation and the target inflation are adjusted by the central bank in each period.

The central bank of Indonesia identified moderate inflation targeting at an early stage and as the economy stabilized, Indonesia gradually lowered its target inflation.

— *Fourthly*, the application of inflation targeting framework in Indonesia has a clear roadmap. The first period was from 1999 to 2005, Indonesia was in transition and Indonesia used unofficial inflation targeting policy. In the second period from 2005 to 2008, Indonesia announced the official introduction of inflation targeting policy. And by the end of 2007, in early 2008, Indonesia's monetary policy was governed by a flexible inflation targeting framework. This mechanism is applied to the present.

2. Lessons learned for Vietnam

From the experience of operating the inflation targeting policy of Indonesia, we can draw some lessons for Vietnam as follows:

— *Firstly*, in setting monetary policy, Vietnam needs to identify clearly who is responsible for setting monetary policy objectives, especially for inflation targeting.

— *Secondly*, when defining the objectives of monetary policy, Vietnam should set a clear and consistent objective, which should aim at stabilizing the value of the currency as a top priority.

— *Thirdly*, the experience of monetary policy management in Indonesia indicates that in developing and applying the new monetary policy framework, it is necessary to choose the right time to apply and to set a clear roadmap for the implementation.

— *Fourthly*, in the process of operating monetary policy, Vietnam should take the initiative in flexibly managing and coordinating the tools and selecting effective transmission channels so as to effectively carry out the impacts of tool to target policy.

— *Fifthly*, Vietnam should closely monitor the macroeconomic situation, monetary market at home and abroad, strengthen the analysis and statistics to timely have appropriate responses.

References:

1. Akihiro Kubo, 2009, «Monetary targeting and inflation evidence from Indonesia's post-crisis experience».
2. Andrew Filardo and Hans Genberg, 2014, «Targeting inflation in Asia and the Pacific: lessons from the recent past».
3. Alan S. Blinder (2000), Central banking in theory and practice, the MIT Press, London.
4. Andrea Schaechter (2001), Implementation of Monetary Policy and the Central Bank's Balance Sheet, IMF Working paper, Washington DC.
5. Andrea Schaechter (2000), Adopting Inflation Targeting: Practical Issues for Emerging Market Countries, IMF Occasional Paper No 202, International Monetary Fund, Washington DC.
6. Asian Development Bank. (2010). Monetary Policy Discipline and Macroeconomic Performance: The Case of Indonesia. ADB Economics Working Paper Series No. 238
7. Bank Indonesia. (1999). [Measurement of an Inflation Target in a Forward Looking Monetary Policy Framework. Division of Real Sector Studies, Directorate of Economic Research and Monetary Policy, Jakarta.
8. Budiono. (1994). Revisiting Our Monetary Targets: M0, M1, or M2? Mimeo. Jakarta: Bank Indonesia.
9. Carare, Alina, Andrea Schaechter, Mark Stone, and Mark Zelmer, 2002, «Establishing Initial Conditions in Support of Inflation Targeting,» IMF Working Paper 02/102 (Washington: International Monetary Fund).

10. Fredence Smishhin (2007). *The Economics of Money, Banking and Financial Markets* 8th. Ed. Pearson Education, Indonesia
11. Fahrana et.al. (2013). *Inflation Targeting Framework: Indonesia in Comparison*. Final Monetary Economics Paper
12. Goeltom, Miranda S. (2008). *Essays in Macroeconomic Policy: The Indonesian Experience*. Jakarta: Gramedia.
13. Harmanta, M. Barik Bathluddin và Jati Waluyo, 2011, «Inflation targeting under imperfect credibility: lessons from Indonesian experience».
14. Halim Alamsyah, Charles Joseph, Juda Agung and Doddy Zulverdy. (2011). *TOWARDS IMPLEMENTATION OF INFLATION TARGETING IN INDONESIA*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 37, No. 3, 2001: 309–24
15. Inflation report of BOT, BI and BSP.
16. Jonas, J. and Mishkin, F. S. (2003), *Inflation Targeting in Transition Countries: Experience and Prospects*, Working Paper 9667, NBER Working Paper Series.
17. Le, V. H., & Pfau, W. D. (2009). *VAR Analysis of the Monetary Transmission Mechanism in Vietnam*. *Applied Econometrics and International Development*, 9 (1), 165–179.
18. Mishkin, F. S. (2004), *Can Inflation Targeting Work in Emerging Market Countries?* Working Paper 10646, NBER Working Paper Series.
19. Mishkin, F. S., *The economics of money, banking and financial markets*, 9th. Addison-Wesley edition, 2010.
20. Mishkin, F. S., and K. Schmidt-Hebbel. (2001). *One Decade of Inflation Targeting in the World: What Do We Know and What Do We Need to Know*. NBER Working Paper No. 8397, Cambridge MA.
21. Neumann, M. J. M., and J. von Hagen (2002), «Does inflation targeting matter?», *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 85, 127–148.
22. Nguyễn Ngọc Bảo, *Điều hành chính sách tiền tệ trong tiến trình tự do hóa giao dịch vốn tại Việt Nam*, Đề tài NCKH, 2008.
23. Nguyễn Thị Kim Thanh, *Những vấn đề đặt ra và giải pháp hoàn thiện mục tiêu, cơ chế truyền tải của chính sách tiền tệ trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài NCKH, 2005.
24. Reza Siregar và Siwei Goo, 2008, «Inflation targeting policy: the experiences of Indonesia and Thailand», *CAMA Working paper series*.
25. Takeshi Inoue, Yuki Toyoshime và Shigeyuki Hamori, 2012, «Inflation targeting in Korea, Indonesia, Thailand and the Philippines: the impact on business cycle synchronization between each country and the world».
26. Thórarinn G. Pétursson. (2005). *Inflation targeting and its effects on macroeconomic performance*. SUERF — The European Money and Finance Forum Vienna 2005.
27. Tô Kim Ngọc, Lê Thị Tuấn Nghĩa (2012), *Phối hợp chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa ở Việt Nam*, Hội thảo cấp Ngành Phối hợp chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa trong điều tiết kinh tế vĩ mô.
28. Tô Thị Ánh Dương và các cộng sự (2012), *Lạm phát mục tiêu và hàm ý đối với khuôn khổ chính sách tiền tệ của Việt Nam*, Nhà Xuất bản Tri Thức.
29. Tô Thị Ánh Dương (2015), *Áp dụng chính sách lạm phát mục tiêu: Lý luận và Thực tiễn*, Nhà Xuất bản Khoa học Xã hội.
30. Tô Thị Ánh Dương (2016), «*Những điều chỉnh chính sách tiền tệ của Việt Nam giai đoạn 2011–2015*»
31. Tô Kim Ngọc và Nguyễn Khương Duy (2014), «*Chính sách mục tiêu lạm phát — kinh nghiệm của một số nước châu Á và bài học cho Việt Nam*»
32. <https://www.indonesia-investments.com/finance/macro-economic-indicators/item16>
33. <https://www.adb.org/countries/indonesia/economy>
34. https://en.wikipedia.org/wiki/Economy_of_Indonesia.

Изменение структуры экспорта из России после вступления в ВТО

Дупленко Владислав Игоревич, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Западный филиал (г. Калининград)

Романова Елизавета, студент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

Вступление Российской Федерации во Всемирную торговую организацию (ВТО) в 2012 году сопровождалось крайне неоднозначными прогнозами о последствиях данного решения, в том числе и о его влиянии на экспорт российских товаров. Цель проведенного исследования состояла в анализе изменения товарной структуры экспорта из России в 2008–2017 годах, выявления тенденций ее изменения в течение пяти лет до вступления ВТО (2008–2012 гг.) и пяти лет после (2013–2017 гг.).

На протяжении пяти лет до вступления России в ВТО экспорт товаров страны не имел стабильного роста. В 2011 г. объем экспорта увеличился на 30,2% вследствие увеличения доли экспорта минеральных продуктов (нефть, нефтепродукты, природный газ и т. д.). Однако в момент

вступления России в ВТО в 2012–2013 гг. уровень вывоза товаров за границу увеличился еще на 1,5% и 0,5% соответственно по сравнению с предшествующим годом. Российская Федерация увеличила свой экспортный товарооборот, несмотря на такое условие ВТО, как снижение ставок экспортных пошлин.

Начиная с 2008 г. импорт РФ постепенно увеличивался, и в период вступления в ВТО показатель пошел на убыль, учитывая повышение импортных таможенных пошлин.

По данным 2012 г. импорт России уменьшился лишь на 0,4%, а в 2013 г. на целых 9,9% и составил 286,6 млрд долл. США. В дальнейшем данный показатель имел тенденцию снижения вплоть до 2016 г.

Таблица 1. Динамика экспорта и импорта российских товаров, млрд долл. США

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Экспорт товаров	468,0	301,8	397,1	517,0	524,8	527,3	497,8	343,9	285,5	357,1
Импорт товаров	170,8	228,9	306,1	316,2	314,9	286,6	182,8	182,3	227,0	170,8
Внешнеторговый оборот по товарам	638,8	530,7	703,2	833,2	839,7	813,9	680,6	526,2	512,5	527,9

Источник: здесь и далее рассчитано авторами по данным Trade statistics for international business development [1]

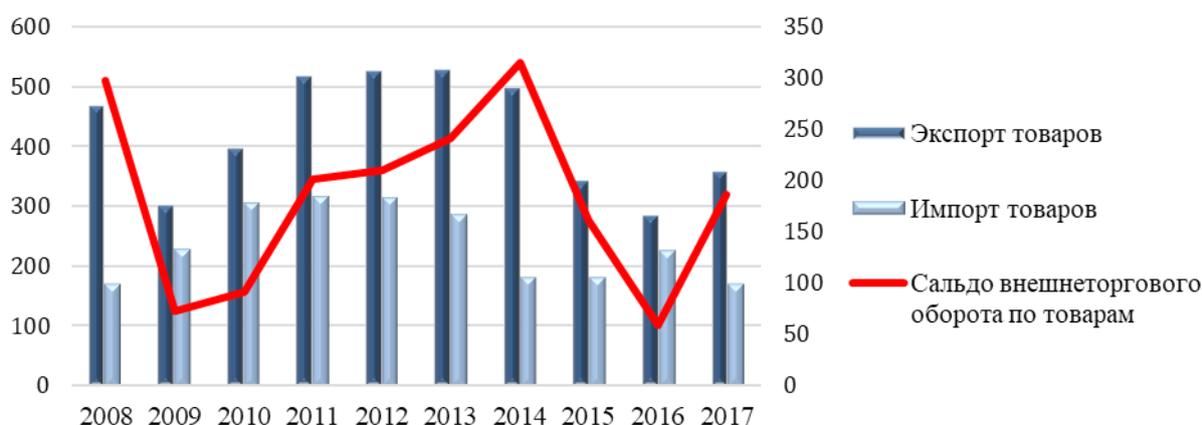


Рис. 1. Динамика экспорта и импорта российских товаров, млрд долл. США

Согласно соглашению о единых правилах государственной поддержки сельского хозяйства (Москва, 9 декабря 2010 г.), с 22 августа 2012 г. (день вступления России в ВТО) Россия не принимает меры государственной поддержки сельского хозяйства, определенные статьей 6

(«Применение мер, оказывающих искажающее воздействие на торговлю») Соглашения. Обязательства по внутренней поддержке и субсидированию экспорта теперь были установлены Перечнем уступок и обязательств России в ВТО, которые определяются денежной суммой (ранее это

было процентное соотношение). Следуя этому соглашению, с 2012 г. по 2018 г. Россия должна была уменьшить поддержку национальных производителей с 9 до 4,4 млрд руб.

В таблице 2 представлена динамика экспорта из России различных товарных групп. Увеличился объем экспорта

из России машин и оборудования; драгоценных металлов; продуктов растительного и животного происхождения; готовых пищевых продуктов, а также пластмасс, каучука, резины и изделий из них.

Таблица 2. Изменение экспорта из России по товарным группам, млрд долл. США

Товарная группа	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Минеральные продукты	312,0	192,2	265,7	357,6	374,5	377,1	350,8	219,2	137,7	177,4
Недрагоценные металлы и изделия из них	51,6	32,1	38,5	42,9	44,4	40,8	40,4	33,0	29,1	37,3
Продукция химической промышленности	21,2	11,4	18,3	23,8	26,0	24,4	21,3	18,0	13,9	16,4
Машины, оборудование и механизмы, их части	10,4	8,2	7,8	8,6	12,2	13,8	14,2	12,1	10,9	12,9
Жемчуг, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы	4,6	4,1	7,3	3,7	13,8	14,3	11,8	7,9	8,9	11,0
Продукты растительного происхождения	3,9	4,0	2,7	5,4	7,4	5,8	8,1	6,9	7,1	9,2
Древесина и изделия из нее	7,8	5,6	6,1	7,0	6,7	7,3	7,8	6,3	6,5	7,9
Пластмассы, каучук, резина и изделия из них	4,2	3,1	4,0	5,4	6,1	6,4	5,7	4,8	4,8	6,0
Транспортные средства	6,0	3,5	4,9	5,2	12,7	13,5	6,0	6,5	3,7	5,0
Готовые пищевые продукты	2,8	2,4	1,8	2,4	4,1	5,0	5,2	4,2	4,2	4,6
Живые животные; продукты животного происхождения	0,8	2,0	2,3	2,6	2,9	3,3	3,4	3,2	3,6	4,2

Что касается машин и оборудования, то их экспорт очень нестабилен. В 2012–2014 и в 2017 годы он увеличивался, в 2008–2011 и в 2015–2016 годы уменьшался. При этом основная часть экспорта приходится на турбореактивные двигатели тягой 80–132 кн. В 2017 году их было поставлено на 1 287,8 млн долларов США. Значителен также объем экспорта необлученных тепловыделяющих элементов (ТВЭлов) — на 1 011,0 млн долларов США.

Из продуктов растительного происхождения основная часть экспорта приходится на пшеницу. В 2012 году ее было экспортировано на 4 476,3 млн долларов США, в 2017 — на 5 730,1. Тем не менее, доля экспорта всех продуктов растительного происхождения в общем объеме экспорта товаров из России в 2017 году составляла всего 2,58%.

В экспорте продуктов животного происхождения основная часть приходится на рыбу мороженую. В целом экспорт продуктов животного происхождения увеличился с 0,8 млрд долларов США в 2008 году до 4,2 в 2017 году.

Основную часть экспорта составляют минеральные продукты, мировые цены на которые подвержены значительным колебаниям. В последние годы мировые цены на нефть и газ снижались, что привело к снижению объема их экспорта в стоимостном выражении. Соответственно снизилась и их доля в общем объеме экспорта. Максимальной она была в 2013 году — 71,5%, в 2017 она снизилась до 49,7.

В структуре экспорта минеральных продуктов из России основная часть приходится на сырую нефть и нефтепродукты (93,3 млрд долларов США в 2017 году), а также нефть и нефтепродукты, полученные из битуминозных пород (58,2 млрд). Это составляет, соответственно, 52,59 и 32,81 процентов к общему объему экспорта минеральных продуктов в 2017 году, что в сумме дает 85,4 процента. Экспорт природного газа, по данным Trade statistics for international business development, сократился с 67,1 млрд долларов США в 2008 году до 4,7 в 2017 году.

Значительно изменилась и география экспорта минеральных продуктов из России. Нидерланды сохранили свое лидерство — на них приходилось 25,43% в 2008 году и 23,09% в 2017 году, 47,4 и 29,3 млрд долларов США соответственно (таблица 3). При этом Италия опустилась со второго до шестого места, а Китай, наоборот, поднялся с шестого до второго, в 2017 году в эту страну было экспортировано российских минеральных продуктов на 25,3 млрд долларов США.

Таким образом, структура экспорта товаров из Российской Федерации после вступления в ВТО претерпела значительные изменения, однако вызваны они были, большей частью, другими факторами, в том числе снижением мировых цен на энергоресурсы, составляющие значительную часть российского экспорта.

Таблица 3. География экспорта минеральных продуктов из России, млрд долл. США

Страна-импортер	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Нидерланды	47,4	29,8	45,5	53,6	66,6	59,9	57,3	31,5	23,8	29,3
Китай	11,1	7,5	10,3	22,7	24,9	25,2	27,8	18,9	17,9	25,3
Германия	14,3	8,7	11,1	17,5	18,3	17,4	18,2	10,9	9,0	11,7
Южная Корея	5,5	3,7	7,6	10,6	10,9	11,8	15,0	10,6	7,4	9,0
Польша	14,9	9,8	12,8	19,1	17,7	17,4	13,8	7,6	6,3	8,3
Италия	26,4	17,4	20,3	22,8	22,4	24,6	25,9	13,7	6,6	7,8
Япония	6,5	4,9	10,5	11,9	12,7	17,0	17,2	11,9	6,9	7,8
Турция	10,1	6,2	8,5	8,1	8,9	7,5	5,7	4,4	3,6	5,1
Финляндия	9,8	5,5	8,0	8,5	7,9	9,3	7,7	4,5	3,8	4,6
США	5,3	3,9	6,0	9,4	6,1	4,1	3,8	3,1	3,4	3,4
Латвия	6,2	3,0	4,8	5,6	6,8	8,7	11,3	5,7	3,6	3,3
Великобритания	10,1	5,3	7,2	8,8	7,2	10,6	5,9	3,5	2,3	3,2
Сингапур	1,1	1,2	1,9	2,1	1,5	1,7	5,5	2,1	1,7	3,0
Украина	11,4	4,8	5,9	8,1	5,0	5,5	4,6	2,1	1,7	2,6
Франция	6,3	4,6	8,0	9,6	6,2	4,4	4,1	2,3	2,0	2,5
Прочие страны	121,1	73,6	94,3	133,8	145,6	147,0	122,3	83,3	34,8	46,3

Объем экспорта товаров из России в период с 2012 по 2017 год снизился с 524,8 до 357,1 млрд долларов США, импорта — с 314,9 до 170,8. Общее снижение внешнеторгового оборота по товарам составило 311,8 млрд долларов США. Сальдо при этом весь рассматриваемый период было положительным, от 58,5 млрд в 2016 году до 297,2 млрд в 2008 г. (в 2017 г. — 186,3 млрд).

Основную часть экспорта составляют минеральные продукты, из минеральных продуктов — сырая нефть

и нефтепродукты, а также нефть и нефтепродукты, полученные из битуминозных пород. В 2017 их экспорт составил 85,4 процента от общего объема экспорта минеральных продуктов.

Основными импортерами остаются Нидерланды и другие страны ЕС, однако значительно возрастает доля Китая. Если в 2008 году они занимали шестую строчку в списке стран-импортеров российских минеральных продуктов, то в 2017 — уже вторую.

Литература:

1. Trade Map: Trade statistics for international business development / Сайт «The International Trade Centre (ITC)». 2017. URL: <http://www.trademap.org> (дата обращения: 28.02.2018)
2. Дупленко Н. Г., Дрок Т. Е. Влияние экономических санкций на предпринимательскую активность в приграничном регионе на примере Калининградской области // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2016. — Т. 5. № 4 (17). — С. 148–151.
3. Стагнеева И. В. Анализ экспорта нефти и нефтепродуктов Российской Федерации в условиях санкций // Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний. — 2017. — № 2 (3). — С. 1–8.
4. Дупленко Н. Г., Жучкова А. Г. Разработка механизма реализации политики импортозамещения в регионе / В сборнике: Инновационное развитие российской экономики: IX Международная научно-практическая конференция. Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова; Российский гуманитарный научный фонд. 2016. С. 36–39.
5. Эдер Л. В. Ключевые тенденции развития нефтяного комплекса России // Интерэкспо Гео-Сибирь. — 2017. — Т. 2. № 1. — С. 215–218.

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Анализ и оценка кредитоспособности заемщика

Козмиди Кира Сергеевна, студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

В настоящее время предприятия не в полной мере пользуются возможностями кредита, а именно правом инвестирования в инновационные проекты, которые способствуют более ускоренному получению прибыли и своевременному расчету с кредиторами. Банкам, в свою очередь, приходится изменять подходы к анализу и оценке кредитоспособности предприятия.

Процесс анализа кредитоспособности не является односторонним, а значит, что процесс рассматривается с юридической и экономической точек зрения. С юридической точки зрения необходимо проанализировать и оценить правовую способность потенциальной организации к совершению сделки, в то время как с точки зрения экономической составляющей необходимо выявить факторы и условия, при которых заемщик будет не в состоянии оплатить долг по кредиту в ближайший срок.

Основной целью оценки кредитоспособности заемщика является стремление банка снизить риски невыплаты долга со стороны своего клиента к определенному назначенному сроку. Для проведения такого анализа кредитору необходимо получить информацию, отражающую финансовое состояние заемщика, а именно: движение денежных потоков по расчетным счетам, информация о прошедшем опыте с другими банками, изучение финансовых и бухгалтерских отчетов организации.

Ключевые слова: кредитоспособность, заёмщик, экономический субъект, кредит.

Кредитование является одной из главных функций банковской деятельности, а также существенным источником развития производства и увеличения возможностей отдельных предприятий и всей экономики в целом.

Предприятия не в полной мере используют возможности кредита для инвестиций с целью ускорения производства, получения прибыли и обеспечения своевременности расчетов с кредиторами. Ввиду угрозы невозврата кредита банки завышают суммы залогов и проценты по кредитам, а предприятия, в свою очередь, не всегда могут правильно выбрать сумму кредита и взять на себя обязательства по своевременному погашению ссуды и уплате процентов по кредиту.

Ввиду сложившихся условий основные усилия банков направлены на повышение эффективности кредитования своих клиентов. Одним из методов повышения эффективности кредитования и решения данной актуальной проблемы является применение интегральных показателей оценки кредитоспособности, а именно формирование кредитного рейтинга предприятия.

Под термином кредитоспособности понимается такое состояние финансового функционирования предприятия, которое предоставляет банку уверенность в своевременном погашении кредита, а также в способности организации правомерно направить и использовать полученные денежные средства.

Понятия «кредитоспособность» и «платёжеспособность» являются близкими по смыслу понятиями, но в то же время обладают существенными различиями.

Кредитоспособность — это способность и желание заемщика своевременно вернуть долг по кредиту и уплатить проценты по нему в установленные сроки.

Платежеспособность является более широким понятием и предполагает под собой возможность экономического субъекта полностью оплатить свои долговые обязательства в установленный срок.

Приведем перечень задач, решаемых в процессе анализа и оценки кредитоспособности:

- Сбор исходной информации и выбор методики проведения анализа;
- Уточнение критериев анализа кредитоспособности заемщика;
- Формирование результатов экспертизы;
- Подготовка отчета об общей оценке кредитоспособности и решения о согласии или об отказе в предоставлении кредита [3].

При проведении анализа кредитоспособности заемщика используется информация, предоставленная экономическим субъектом, а также внешняя информация об экономическом субъекте. Как правило, при анализе кредитоспособности заемщика банк проводит изучение исходных данных с юридической и экономической стороны.

С юридической точки зрения необходимо проанализировать и оценить правовую способность потенциального заемщика к получению кредита.

При оценке правоспособности заёмщика особое внимание уделяется изучению его кредитной истории, а именно

опыт кредитования и история взаимоотношений экономического субъекта с банками.

С экономической точки зрения необходимо выявить факторы и условия, при которых заемщик будет не в состоянии в надлежащий срок погасить свои долговые обязательства. Примерами источников информации об экономической стороне кредитоспособности могут послужить: предоставленная финансовая отчетность за последние несколько лет, информация из внешних источников, сведения, полученные в процессе проведения переговоров с потенциальным заемщиком.

В процессе анализа кредитоспособности заемщика целью банка является решение следующих задач:

- Наличие возможности у клиента полностью и временно погасить долговые обязательства;
- Расчет суммы, которую банк сможет предоставить потенциальному заемщику;
- Установление степени риска при предоставлении кредита.

Обоснованная оценка финансовой устойчивости клиента устанавливается путем расчета коэффициентов, характеризующих его платежеспособность. Исходя из данных расчетов банк оценивает степень риска, возлагаемую на себя при выдаче кредита клиенту. Также данные расчеты позволяют уточнить сумму кредита и условия, при которых его можно предоставить клиенту [2].

Для выбора наиболее эффективной методики необходимо сформировать подходящий оценочный инструментарий. В практике разработано и действует значительное число методик. Одной из наиболее известных методик является проведение экономического анализа на основании финансового состояния организации. К нему можно отнести:

- Анализ финансовой деятельности экономического субъекта на основе бухгалтерской отчетности (расчет финансовых показателей, анализ ликвидности, анализ показателей рентабельности, анализ деловой активности и т. д.);

- Эвальвация качества предоставления кредита (оценка сохранности имущества, подтверждение прав на залоговое имущество, достаточность рыночной стоимости заложенного имущества для погашения кредита и т. д.) [1].

В большинстве случаев банки практикуют методики расчета и оценки кредитоспособности экономических субъектов, включающие в себя анализ информации о заемщике в предшествующие периоды. Для более эффективной оценки необходимо использовать данные прогнозов финансового состояния заемщика в будущей перспективе. В данном типе анализа необходимо учитывать такие факторы, как: благоприятные условия поступления денежных средств от реализации продукции, возможность реализации при повышении уровня цен и прогноз потоков денежных средств.

Присвоение класса кредитоспособности производится на основе определенных показателей и расчета рейтинга заемщика. Рейтинг и показатели для каждого отдельного экономического субъекта формируются в зависимости от следующих факторов:

- Экономического положения заемщика;
- Кредитная история;
- Политики банка, предоставляющего кредит.

Изменение рейтинга показателей может привести к изменению общего класса кредитоспособности. Классификация заемщиков осуществляется на основе сравнения и анализа текущего предприятия с другими предприятиями в качественном отношении. Таким образом, на основе комплексности всех показателей формируется характеристика предприятия в целом.

При проведении исследования банку необходимо выделить важные показатели индивидуально для каждого предприятия и расставить приоритеты в отношении каждого показателя. Именно благодаря комплексно-индивидуальному подходу возможно максимальное снижение риска и получение наиболее качественной оценки кредитоспособности заемщика [3].

Литература:

1. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика, Энциклопедия по экономике. [Электронный ресурс]. / Режим доступа: URL: <http://economy-ru.info/info/103359/>
2. Анализ кредитоспособности заемщика, Библиотека: Финансы. [Электронный ресурс]. / Режим доступа: URL: <http://www.aoga.ru/library/finans/akz.htm>
3. Анализ и оценка кредитоспособности заемщика, Cyberleninka. [Электронный ресурс]. / Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-kreditosposobnosti-zaemschika>

Состояние и тенденции развития рынка ипотечного кредитования в России

Мунтяну Никита Васильевич, магистрант;

Вилков Иван Николаевич, кандидат экономических наук
Тюменский государственный университет

В статье проанализирован рынок ипотечного кредитования России на основе макроэкономических показателей развития страны, а также общей ситуации на строительном рынке. Используются данные — доклады Агентства ипотечного жилищного кредитования за 2015, 2016, 2017 гг. и 1 квартал 2018 года, данные Росстат, данные Банка России.

Ключевые слова: кредит, строящееся жилье, ипотечное кредитование, ключевая ставка, первичный рынок, вторичный рынок, долевое строительство

В результате резкого снижения мировых цен на нефть российская экономика в 2015–2016 годах находилась в состоянии рецессии. В 2015 году ВВП снизился, по разным оценкам, на 2,5–3,7% по отношению к уровню 2014 года, реальные доходы населения сократились на 4%, оборот розничной торговли — на 10%.

Показатели 2017 года явно говорят о преодолении падения. 2017 год был отмечен значительным снижением инфляции, укреплением роста рубля как результате повышения цен на нефть, а рост ВВП составил 1,5%. При этом реальные располагаемые доходы населения снизились в 2017 году на 1,7%. Тем не менее год был отмечен ростом зарплат — на 3,5%. Поскольку ипотека выдается активной, работающей части населения, можно рассматривать именно показатели доходов работающего населения.

Одновременно со снижением ключевой ставки и ставки депозитов снизился уровень банковских вкладов (с 5,9% в 2015 году до 2,7% дохода в 2017 году). Также на 3,4% выросло розничное потребление. Таким образом, макроэкономические показатели демонстрируют позитивный фундамент для роста в секторе ипотеки [3].

Состояние строительного рынка можно оценить по объему ввода жилья. При этом необходимо учитывать временной фактор, т. к. цикл строительства в среднем занимает 2 года, то на рынке существует большой «запас» строящегося жилья, которое достигает более 2 годовых объемов ввода всего жилья. Объем ввода жилья в свою очередь подразделяется на два крупных сектора — индивидуальное строительство и многоквартирные дома (МКД) [2].

Таблица 1. Объем ввода жилья [3]

Ввод жилья, млн. кв. м.	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ИЖС	27,4	28,5	25,5	26,8	28,4	30,7	35,7	35,2	31,8	32,7
Многоквартирные дома	36,4	31,3	32,6	35,3	37,3	39,8	47,9	50,1	48,4	45,9
Итого	63,8	59,8	58,1	62,1	65,7	70,5	83,6	85,3	80,2	78,6

В 2015-м году был отмечен рост ввода жилья, в т. ч. на 2,2 млн метров в секторе МКД (за счет строительства, начатого в 2013–2014 гг.). В 2016-м году было построено 48,4 млн метров в многоквартирных домах. Сохранение уровня ввода эксперты связывают с введением программы субсидирования процентных ставок по ипотечным кредитам на приобретение строящегося жилья.

В рамках программы было продано более 25 млн м² жилья (в том числе в 2016 году — более 15 млн м²). Сокращение ввода жилья в секторе ИЖС (с 35,2 до 31,8 млн м²) — результат снижения объемов регистрации по «дачной амнистии» жилья, по которому оформлялись ранее построенные дома.

2017-й год. Объем ввода жилья в сектор МКД упал на 2,5 млн м², что отражает низкий уровень запуска новых проектов в 2015–2016 годов.

Долевое строительство более чутко к изменению ситуации на рынке. Инструмент ипотечного кредитования использовался в 42% сделках по приобретению квартиры на этапе строительства. В 2017 году сделок с ипотекой

в 2017 году составила 35%, при этом доля на первичном рынке значительно выше и достигает 50%.

В декабре 2017 года утвержден план мероприятий по переходу к проектному финансированию строящегося жилья (альтернатива прямого привлечения средств дольщиков). Данный план должен существенно снизить долю ипотеки в строящемся жилье под залог договора долевого участия.

Рассмотрим объем ипотечных кредитов, выданных за период 2012–2017 года.

2015 год. Если смотреть ретроспективу прошлых лет, то уровень 2015 года соответствует 2012му году, тогда также было выдано 692 тысячи ИЖК на сумму 1031 млрд рублей. 2013 год отличался умеренным ростом до 1354 млрд а уже 2014 год поставил рекорд — 1764 млрд.

2016 год. Выдано 856,4 ипотечных жилищных кредитов на общую сумму 1,47 трлн рублей, что на 27% выше уровня 2015 года в стоимостном и на 22% — в количественном выражении. Таким образом, эксперты отмечают, что восстановление рынка ипотеки после кризиса

2015 года заняло всего год. Это объясняется действием государственной программы субсидирования процентных ставок по ипотечным кредитам на приобретение строящегося жилья.

Таблица 2. Выдача ипотечных кредитов, млрд руб. [4]

Выдача ипотечных кредитов	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Первичный рынок, млрд руб.	235	406	617	396	570	661
Вторичный рынок, млрд руб.	797	948	1147	766	903	1361
Суммарно, млрд руб.	1032	1354	1764	1162	1473	2022
Количество кредитов, тыс	692	Н.д.	Н.д.	700	856,4	1090

2017 год. Выдано 1,09 млн кредитов по ипотеке на сумму 2,02 трлн руб (+27% к 2016 г. в количественном выражении и на 37% — в денежном). 2017-й год продемонстрировал уверенный рост и суммы сделок, и их количества, который происходил на фоне снижения ставки.

2018 год, 1 квартал. По данным Банка России, в I квартале 2018 г. выдано 299,4 тыс. кредитов на 582 млрд руб. (+68% в количественном и +81% в денежном выражении к I кварталу 2017 г.), в том числе в марте — 118,7 тыс. кредитов на 234,8 млрд руб. (+47% в количественном и +60% в денежном выражении к марту 2017 г.). За вычетом рефинансирования с начала года выдано новых кредитов на сумму около 500 млрд руб. (+55% к I кварталу 2017 г.), что также является рекордным показателем за I квартал за всю историю развития ипотеки в России.

Государственная программа субсидирования процентных ставок по ипотечным кредитам на покупку жилья в новостройках работает с начала 2015 года. По итогам 2015–2016 годов в рамках программы выдано 929 млрд рублей ипотечных кредитов (в том числе в 2016 году — 556 млрд рублей), что составило около 40% всей суммы.

Программа способствовала активизации кредитования в рамках долевого строительства, под залог прав по договорам долевого участия: доля таких кредитов достигла 39% от общего объема выданной ипотеки. Объем привлеченных в строительство жилья средств по программе составляет 1,5 трлн рублей. По данным экспертов каждый рубль бюджетных средств привлек в жилищное строительство 103 рубля внебюджетных инвестиций, из которых 38 рублей — средства населения.

Динамика роста ипотечного кредитования коррелирует со снижением ипотечной ставки.

2015 год. В 2015 месячные ставки выдачи снизились с 14,9% в начале года до 12,3–12,7% в конце года. По итогам 2015 года средневзвешенная ставка на 2,2 п. п. ниже инфляции. Ставки на первичном рынке были ниже, чем на вторичном: 10,9–12% против 13,5–15% на вторичном. Все это стало результатом введения программы субсидирования в начале 2015 года.

2016 год. В 2016 году ставка продолжила снижаться. По данным Банка России, средневзвешенная ставка выдачи в 2016 году составила 12,48%, а в декабре — снизилась до 11,54%.

2017 год. Ставка по ипотечному кредиту составляла в начале 2017 года — 11,84%, в конце года она составила всего 9,79%. Снижение ключевой ставки (до 9%) также означало для банков возможность сформировать лучшее предложение по ставкам. Ставки топ-15 ипотечных кредиторов опустились в июле до 10,1% на первичном рынке и до 10,6% на вторичном. На рынке появились программы для широкого круга заемщиков со ставкой от 9,5%.

В обратной зависимости от ставки в 2017 году была сумма выдачи ипотечных кредитов. В январе выдано кредитов на 71 млрд руб, в декабре — на 290 млрд руб, что на 40% превышает средний уровень 2016 года.

2018 год, 1 квартал. Ставки по ипотеке устойчиво снижаются, в I квартале 2018 г. средневзвешенная ставка выдачи составила 9,73% (— 2,07 п. п. к I кварталу 2017 г.), в том числе по выданным в марте кредитам — 9,64% (—2,04% к марту 2017 года). По кредитам на новостройки ставка выдачи в марте составила 9,54% (—1,8% к марту 2017 г.), а на приобретение готового жилья на вторичном рынке — 9,77% (—2,09%).

По всем оценкам доля просроченной задолженности находится на крайне низком уровне. Доля просроченной ипотечной задолженности свыше 90 дней в I квартале 2018 года снизилась до 2,11% (годом ранее — 2,55%). Обращаясь к истории вопроса, наибольший уровень просрочки составлял 7,1% в 2010 году, причиной чего была высокая доля валютной ипотеки — 20%. На данный момент она практически не выдается. Этому способствовало установление Банком России повышенных коэффициентов резервирования. 2018 год. Банки активно проводили и проводят процесс реструктуризации и конвертации валютных ипотечных кредитов. На конец 2017 года ипотечные кредиты в иностранной валюте выплачивают не более 17 тыс. заемщиков [3].

Можно сказать, что на рынке существует значительная потребность в новом жилье, которая постепенно подкрепляется платежеспособным спросом по мере роста доступности ипотеки и отсутствия альтернативы форм сбережения. Переход к проектному финансированию как основной практике должен способствовать снижению рисков по ипотеке на новое жилье как для банков, так и для заемщиков. По оценкам экспертов, снижение ключевой ставки до 7,5% в начале 2018 г. будет способствовать

продолжению тенденции к снижению ставок в конце 2018 и начале 2019 года, прогнозируется снижение до уровня 8%. Это существенно увеличивает доступность и уменьшает переплату по ипотечному кредиту, а значит повышает ее привлекательность и как средства решения жилищного вопроса, и как инвестиционного инструмента.

Литература:

1. Павлова И. В. Основные элементы системы ипотечного жилищного кредитования // Деньги и кредит. — № 3. — 2014.
2. Савруков А. Н. Тенденции развития ипотечного жилищного кредитования // Деньги и кредит. — 2013. — № 10. — С. 45–51.
3. Аналитика // дом.рф. URL: <https://дом.рф/about/analytics/> (дата обращения: 2.05.2018).
4. База данных // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/hd_base/ (дата обращения: 02.05.2018).

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Диспропорция спроса и предложения на рынке труда Приморского края

Дикусарова Марина Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент;

Врагова Ксения Викторовна, студент;

Зыкова Маргарита Александровна, студент

Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского (г. Владивосток)

В статье рассматриваются показатели занятости и безработицы в Приморском крае в сравнительном разрезе с показателями Дальневосточного федерального округа. Анализируются состав и структура трудовых ресурсов Приморского края и соотношение спроса и предложения на рынке труда по отдельным профессиям (специальностям) в Приморском крае.

Ключевые слова: занятость, безработица, спрос, предложение труда, трудовые ресурсы.

Экономические, социальные и демографические аспекты рыночной экономики во многом определяются процессами, протекающими на рынке труда. Многие исследования отмечают присущую для современного рынка труда России диспропорцию между спросом на рабочую силу и предложением. Подобное положение рождает негативные последствия в виде роста безработицы на фоне существующих вакансий на рынке труда. Среди негативных последствий такого положения на рынке труда страны выделяют недопроизводство ВВП, рост расходов на выплату пособий по безработице, рост объемов теневого бизнеса, выплат «серых» зарплат. Как следствие — недополучение государством доходов в виде налоговых поступлений и др. Направлениями регулирования дисбаланса спроса и предложения на рынке труда выступают предложения о необходимости повышения эффективности государственного регулирования рынка труда, учета специфики отдельных регионов при выборе направлений решения существующих проблем.

Обозначенные проблемы требуют системного подхода в решении. Основой такого подхода должно стать выявление посредством изучения статистических данных реального соотношения между спросом и предложением на рынке труда.

Особую актуальность вопросы диспропорций спроса и предложения в сфере занятости приобретают в региональном разрезе. Это обусловлено различными причинами: особыми условиями, уникальными для каждого региона: территориальным расположением, спецификой экономической составляющей производства и оказания услуг, часто узкой направленностью региона на развитие определенной сферы и отраслей производства, основанных

на располагаемых ресурсах: природных, экономических, кадровых и других.

Для того, чтобы проанализировать динамику соотношения спроса и предложения, на рынке труда, нужно рассмотреть динамику уровня занятости и безработицы.

Динамика уровня занятости в Приморском крае, Дальневосточном федеральном округе и Российской Федерации в 2006—2016 гг. представлена на рис 1.

По данным рисунка можно сделать вывод о том, что на протяжении всего рассматриваемого периода уровень занятости в ДФО был выше показателей как по Приморскому краю, так и по России. Экономический кризис 2008—2009 гг. вызвал закономерное снижение уровня занятости, особенно это сказалось на показателях Приморского края. Последствия кризисных явлений экономики в наибольшей степени проявились в послекризисный период в 2010 г. Начиная с 2010 года наблюдается стабильный рост уровня занятости в Приморском крае, который, в то же время, ниже показателей как по ДФО, так и по стране в целом. Только в 2016 году уровень занятости в Приморском крае превысил значение этого показателя по Российской Федерации, в то же время, не достигнув уровня ДФО.

Динамика уровня безработицы в Приморском крае в сравнении с показателями по Дальневосточному ФО и России в 2006—2016 гг. представлена на рис 2.

Уровень безработицы в рассматриваемом десятилетнем периоде на протяжении всего периода ниже по Российской Федерации. Закономерным является более высокий уровень безработицы в Приморском крае наряду с низкими показателями по уровню занятости практически на протяжении всего периода.

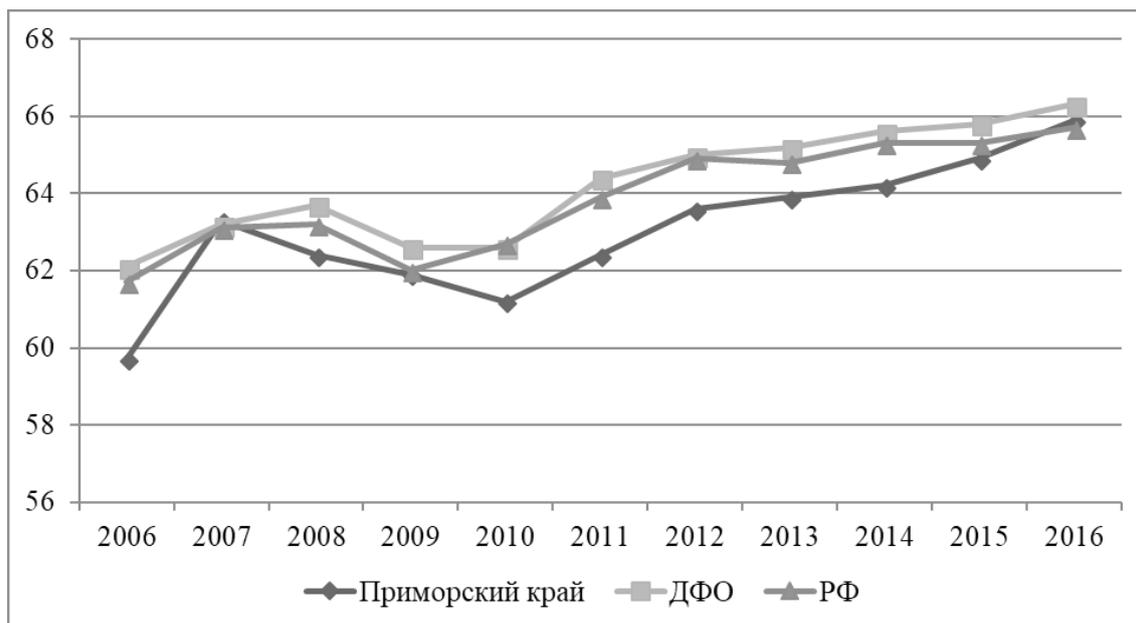


Рис. 1. Динамика уровня занятости в 2006–2016 гг.

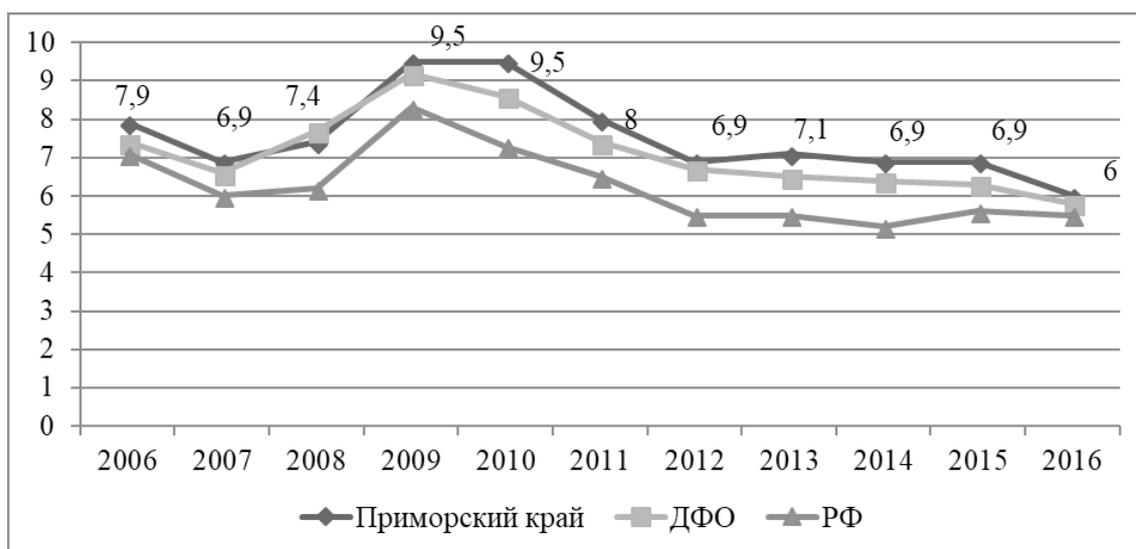


Рис. 2. Динамика уровня безработицы в 2006–2016 гг.

Положительной динамикой является снижение уровня безработицы с 9,5% в 2009–2010 гг. до 6% в 2016 г.

Удельный вес рабочей силы Приморского края в структуре рабочей силы ДФО в 2014–2016 гг. представлен на рисунке 3.

В структуре рабочей силы Дальневосточного ФО рабочая сила Приморского края занимает наибольший удельный вес, среди всех регионов федерального округа. В 2014 г. удельный вес рабочей силы Приморского края в ДФО составлял 31,0%, в 2015 г. — 31,2%, в 2016 г. 32,27%. Это говорит о том, что ситуация на рынке труда Приморского края во многом определяет показатели рынка труда Дальневосточного федерального округа.

Состав и структура трудовых ресурсов Приморского края в 2014–2016 гг. представлена в таблице 1.

Можно отметить рост населения, занятого в экономике с 74,2% в 2014 г. до 78% в 2016 г. Рост населения, работающего в организациях на протяжении 2014–2016 гг. остается на уровне 45,3–45,6%. Не наблюдается и существенных изменений по количеству учащихся, обучающихся с отрывом от производства.

Показатели численности рабочей силы (в возрасте 15–72 лет), занятости и безработицы в Приморском крае в 2014–2016 гг. представлены в таблице 2.

Наблюдаем снижение удельного веса безработных в структуре численности рабочей силы, увеличение уровня участия населения в рабочей силе.

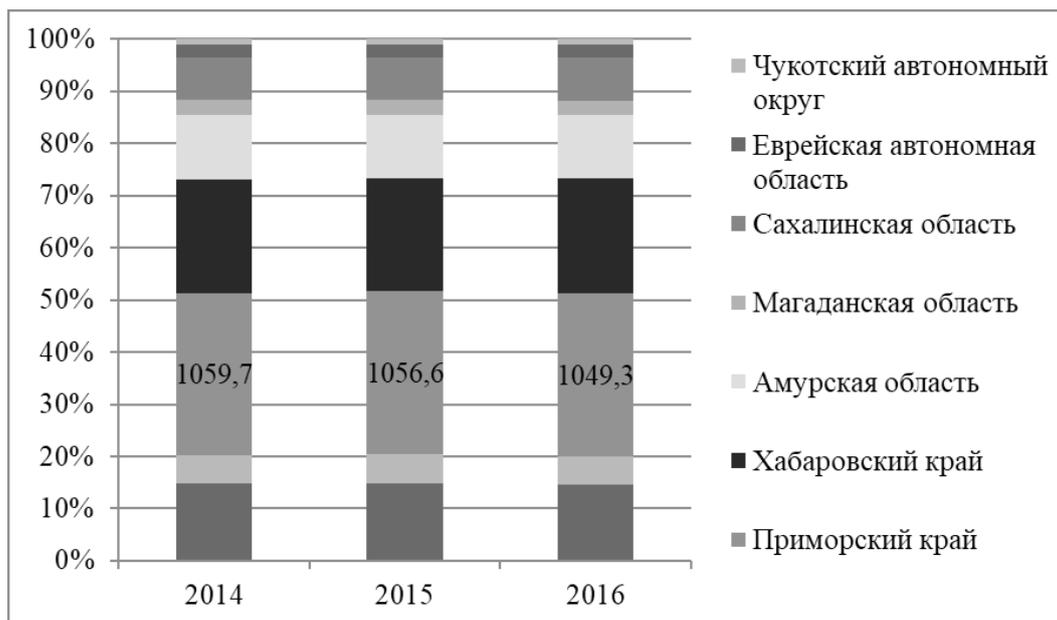


Рис. 3. Удельный вес рабочей силы Приморского края в структуре рабочей силы ДФО в 2014–2016 гг., %

Таблица 1. Трудовые ресурсы в Приморском крае в 2014–2016 гг., тыс. чел.

Показатель	2014	2015	2016
Среднегодовая численность постоянного населения	1933,5	1929,0	1926,1
Трудовые ресурсы — всего	1311,8	1294,4	1264,0
в том числе:			
население, занятое в экономике	973,9	970,5	986,2
в процентах к общему количеству трудовых ресурсов	74,2	74,9	78,0
из него: работающие в организациях	598,3	586,8	575,1
в процентах к трудовым ресурсам	45,6	45,3	45,5
учащиеся, в трудоспособном возрасте, обучающиеся с отрывом от производства	81,2	83,2	81,8
в процентах к трудовым ресурсам	6,2	6,4	6,5
лица в трудоспособном возрасте, незанятые в экономике	256,7	240,8	196,0

Таблица 2. Численность рабочей силы (в возрасте 15–72 лет), занятость и безработица в Приморском крае в 2014–2016 гг.

Период	Численность рабочей силы, тыс.чел.	в том числе		Удельный вес безработных, %	Уровень участия населения в рабочей силе, %
		занятые	безработные		
2014	1059,6	986,7	72,9	6,9	69,0
2015	1056,6	983,2	73,4	6,9	69,7
2016	1049,3	986,5	62,8	6,0	70,1

Соотношение спроса и предложения в разрезе различных профессий, в которых наблюдается наибольший разброс по данным Департамента труда и социального развития Приморского края представлен в таблице 3.

Таблица 3. Соотношение спроса и предложения на рынке труда по отдельным профессиям (специальностям) в Приморском крае в 2017 г.

Профессия	Актуальных вакансий в регионе	Свободных рабочих мест по вакансиям	Количество граждан на учете
Администратор	34	113	227
Акушерка	23	64	0

Профессия	Актуальных вакансий в регионе	Свободных рабочих мест по вакансиям	Количество граждан на учете
Арматурщик	78	3155	22
Агент по закупкам	16	214	4
Бетонщик	114	5140	30
Бригадир	38	215	0
Бухгалтер	71	76	405
Водитель автомобиля	227	525	737
Воспитатель	102	217	63
Врач	68	115	2
Делопроизводитель	13	13	164
Диспетчер	18	31	155
Инженер	109	150	221
Инженер-технолог	60	191	11
Инспектор	46	301	78
Каменщик	109	4071	17
Кассир	28	52	118
Кладовщик	45	177	164
Кровельщик по стальным кровлям	15	360	0
Маляр	98	1976	33
Мастер	73	150	59
Машинист-кочегар котельной	20	45	313
Машинист экскаватора	22	91	63
Медсестра	211	501	64
Менеджер	76	136	307
Метрдотель (администратор торгового зала)	35	55	87
Мойщик посуды	10	13	106
Облицовщик-плиточник	60	1924	10
Охранник	13	98	187
Переводчик	151	365	13
Подсобный рабочий	49	286	904
Прораб	32	118	9
Слесарь по ремонту автомобилей	48	108	116
Сторож (вахтер)	18	13	1170
Уборщик	181	292	852
Штукатур	125	4181	54
Юрист	12	12	115

По данным таблицы можно сделать вывод о превышении предложения над спросом в следующих специальностях: администратор, бухгалтер, водитель, делопроизводитель, диспетчер, машинист-кочегар котельной, менеджер, охранник, сторож и др. Подобное положение говорит о том, что эти люди остаются невостребованными на рынке труда, причем превышение показателя предложения рабочей силы среди представителей данных профессий многократно превышает спрос.

В то же время по ряду профессий наблюдается резкая диспропорция между спросом и предложением, при которой спрос намного превосходит предложение. Прежде всего, это рабочие следующих специальностей: штукатур, облицовщик-плиточник, маляр. А также профессии сферы

здравоохранения, образования: медсестра, врач, воспитатель, акушерка.

В профессиях, не требующих какой-либо квалификации предложение многократно превышает спрос: подсобный рабочий (превышение предложения над спросом в 18 раз), сторож (вахтер) (превышение предложения над спросом в 65 раз), уборщик (превышение предложения над спросом в 4,7 раз).

Проведенный анализ позволяет сделать ряд выводов:

- среди всех регионов федерального округа наибольший удельный вес в структуре рабочей силы Дальневосточного ФО занимает Приморский край;
- уровень занятости в Приморском крае ниже показателей как по ДФО, так и по стране в целом;

- на рынке труда Приморского края существуют диспропорции в распределении трудовых ресурсов по сферам занятости, выявлена ощутимая нехватка рабочей силы как в ракурсе нехватки высококвалифицированной рабочей силы (здоровое население, образование), так и в ракурсе нехватки специалистов со среднеспециальным образованием (в строительстве, обрабатывающей промышленности, сфере услуг);
- переход к новым технологиям порождает острую нехватку специалистов с нужной квалификацией, что вызывает востребованность в получении второго высшего образования, повышения квалификации, что вызывает повышение дисбаланса между спросом и предложением на рынке труда.

Литература:

1. Крачковская В. Г. Анализ спроса и предложения труда на территориальном рынке Краснодарского края // Инновационная наука. — 2016. — № 2–2 (14). — С.7–11
2. Фельдман М. А. Об управлении рынком труда в современной России // Вопросы управления. — 2015. — № 3(15). — С.49–56
3. Юсупова И. В. Опыт Республики Татарстан в создании действенного механизма обеспечения соответствия спроса и предложения на рынке труда // Профессиональное образование в России и за рубежом. — 2015. — № 4 (20). — С.200–204
4. Департамент труда и социального развития Приморского края (официальный сайт). URL: <http://soctrud.primorsky.ru/>
5. Федеральная служба государственной статистики по Приморскому краю (официальный сайт). URL: <http://primstat.gks.ru/>

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Методики поиска и подбора инженеров-программистов в IT-стартап

Бушев Юрий Владимирович, инженер-программист
ИП Бушев Юрий Владимирович (г. Нижний Новгород)

Любая компания начинается с людей, которые в ней работают, именно они позволяют ей расти и развиваться в выбранном русле. Крайней степени важности является

вопрос подбора персонала. С ним сталкиваются абсолютно все компании, и от успеха этого процесса, во многом, зависит дальнейшая судьба проекта.

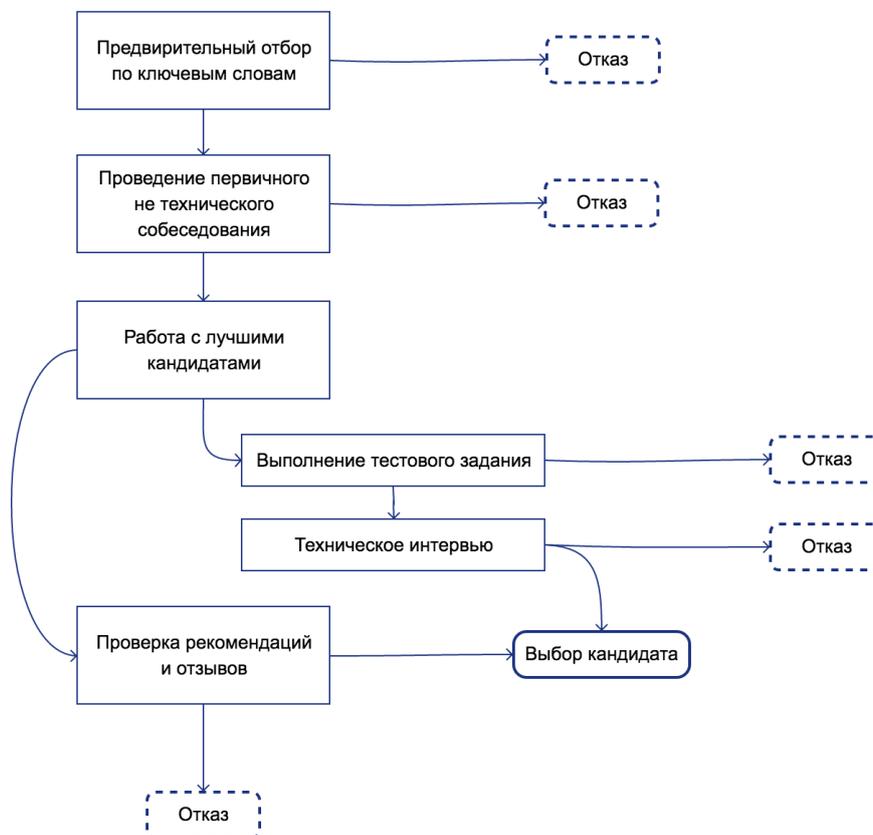


Рис. 1. Основные этапы процесса подбора персонала

В этой статье мы рассмотрим методики подбора технического персонала в IT стартап. Речь пойдет о том, как найти и отобрать наиболее подходящих людей, затратив на это разумный объем финансовых сил и времени.

Прежде всего, нам будет необходим точный план действий [1], которому мы будем следовать для тестирования и знакомства с кандидатами. Этот план будет одинаковым для всех должностей сотрудников в нашем проекте. Для наглядности предположим, что наш проект — это мобильное приложение для бизнеса. К примеру, оно должно позволять производить запись на услуги салона красоты или СПА.

Для стартапа с небольшим бюджетом особенно важно, чтобы у технического лидера имелся опыт программирования более пяти лет. Вам нужен профессионал высокого уровня с подтвержденными проектами в данной сфере и хорошими рекомендациями.

Используя план, показанный на рисунке 1, начинаем поиск технического лидера для будущей команды разработчиков. Для этого размещаем вакансии на Интернет порталах (в зависимости от вашего региона), с указанием основных технических навыков и ключевых слов, необходимых для проекта. Например для нашего приложения

принципиально важно, чтобы техлид обладал как практическими знаниями в области backend разработки, так и опытом создания мобильных приложений. Поэтому наша вакансия может выглядеть как:

Заголовок: *Бэкенд-программист с опытом в мобильной разработке — в стартап*

Ключевые слова: *nodejs, react native, ios, android, mobile development*

Текст вакансии должен дать понять потенциальному соискателю чем ваш проект может быть ему интересен и какие преимущества дает ему именно ваша компания.

Согласно схеме, приведенной выше, следующим этапом является проведение первичного не технического собеседования. Главной задачей этого этапа является определения списка кандидатов, действительно заинтересованных в работе и первоначальный отбор.

Работа с лучшими кандидатами, отобранными на шаге 2, подразумевает выполнения тестового технического задания, например кандидата на роль технического либера можно попросить спланировать архитектуру облачного сервиса, выполняющего схожую работу в сравнении с вашим проектом. Это задание необходимо также для выстраивания более предметного диалога на техническом собеседовании. Очень часто выполнения данных заданий подразумевает «работы над ошибками» — прекрасный способ узнать, как кандидат решает и исправляет свои, ранее допущенные ошибки.

На что еще следует обратить внимание при проведении технического интервью и проверке тестового задания:

1. Проявленная старательность. Насколько кандидат старается решить задачу, если не знает решения «с ходу». Ищет ли альтернативные пути, анализирует ли подсказки, спрашивает и анализирует ли предложенное решение.

Слабые кандидаты «пропускают мимо» все, что не смогли понять.

2. Адекватная самоуверенность. Насколько кандидат допускает что может чего-то не знать. В силу воспитания, иногда, люди имеют комплексы касательно собственных знаний («краснодипломники» и т. п.). Иногда, такие люди в резкой, категоричной форме выдают решения и не признают альтернативных мнений, если таковые говорят об отсутствии каких-то знаний у кандидата.

3. Стремление к саморазвитию. Самые лучшие кандидаты — это которые стремятся развиваться как специалисты, либо же стремятся «сделать мир лучше» через создание какой-то пользы. Слабые кандидаты считают что они уже «у потолка знаний» и просто хотят зарабатывать на этом как можно больше. Также бывают и кандидаты, которые считают что их должен развивать работодатель, а не они сами себя, потому как именно работодатель ставит задачи. [2]

Следующим этапом является подбор самой команды разработчиков непосредственно. И важным моментом на это шаге является фактическое вовлечение в процесс поиска команды ее будущего технического лидера. Делается это исходя из 2-х факторов:

1. Принимая или участвуя в принятии организационных решений, сотрудник будет разделять часть ответственности, что впоследствии не позволит ему сослаться на некомпетентность своих подчиненных — так как он сам выбирал их.

2. У вас уже есть сотрудник, который может помочь вам с подбором кандидатов. Участие его в этом процессе является его неотъемлемой обязанностью.

Процедура подбора команды может ничем не отличаться от процедуры поиска техлида. На рисунке 2 показана «воронка претендентов».



Рис. 2. Количество претендентов на должность

Не стоит пугаться того, что много кандидатов будут отсеяны на первых этапах. Скорее, наоборот, эта ситуация будет означать высокий уровень ваших требований

к претенденту и высокую вероятность его дальнейшей успешной карьеры в вашей компании.

Литература:

1. Основные этапы проведения интервью // HR Portal. URL: <http://www.hr-portal.ru/doki/osnovnye-etapy-provedeniya-intervyu> (дата обращения: 26.06.2018)
2. Как собеседовать технического специалиста // Habrhabr. URL: <https://habr.com/post/294224/> (дата обращения: 29.06.2018).

Современные механизмы мотивации персонала банков в условиях организационных изменений

Григорьева Надежда Витальевна, студент
Оренбургский государственный педагогический университет

В настоящее время экономика страны находится в нестабильном положении. Банковский сектор сильно пошатнулся, поэтому происходит динамичный процесс по отзыву лицензий у банков, а это влияет и на другие организации. Следовательно, у работников различных секторов понижается стимул к работы. В статье рассматриваются виды сопротивления работников в условиях организационных изменениях, а так же механизмы мотивации работников: материальная и нематериальная мотивация. Приводятся нестандартные методы мотивации работников организации.

Ключевые слова: организационные изменения, мотивация, мотивация персонала, пассивное и активное сопротивление.

На данный момент времени, а именно на сегодняшний день, ситуация на валютном рынке остается неоднозначной. Курсы валют могут меняться на протяжении всего дня, а так же каждый день. Мы довольно часто наблюдаем такую картину в СМИ. Данные изменения приводят всю экономику в катастрофический вид, а именно появляется безработица и инфляция. Следовательно, состояние банковского сектора находится в очень крайнем положении. Экономический кризис ухудшил положение банков на всей территории Российской Федерации. В СМИ уже говорилось, что повышении курса доллара в отношении рубля началось приблизительно в 2014 году. Причину тому были таковы: падение цен на нефть, санкции, которые ввели западные страны по отношению к России и третья причина, это атакующие действия спекулянтов. В связи с этим Центральный банк РФ принял решение о повышении ключевой ставки. Эта ставка, по которой Банки России кредитуют коммерческие банки. В 2016 году, а именно в январе, Центральный Банк скорректировал ставку рефинансирования до уровня ключевой ставки, но это только ухудшило положение.

Экономический кризис оказал сокрушительное воздействие на банковский сектор, это можно проследить по последним данным. Так, например, банки показали масштабные убытки. Декабрь 2014 год убытки составили 191,6 млрд рублей, а в январе 2015—23,6 млрд рублей. В прошлом году банковский сектор закончил с прибылью в 589 млрд рублей, а это оказалось на 41 % меньше, чем в 2013 году. Капитализация банков имеет тенденцию к снижению. В России самый низкий уровень достаточности

капитала, это тоже можно проследить по последним данным. Так на конец января 2015 год активы российских банков составляли 68,4 трлн рублей, а капитал банков составлял 6,82 трлн рублей. В среднем уровень достаточности капитала за 2014 год составлял примерно 13%. Так же идет сокращение депозитов. На данный момент депозиты составляют 75% от всех источников фондирования банков. И самое главное наблюдается тенденция к снижению потребительского кредитования.

В связи с экономическим кризисом в России начинают закрывать банки. Мы уже заметили, что постоянно снижаются количество банков. Это подтверждают заключения экспертов. Они также предполагают, что в ближайшие годы останется примерно 500–600 банков. Рассмотрим статистику по отзыву лицензий у банков. Так за последние два года, сокращение банков ускорилось. Например, 1 января 2014 года и 1 января 2015 года, сокращение банков ускорилось в 2,7 раза, а вот на 1 января 2015 года и на 1 января 2016 года ускорение уже идет в 1,1 раза. Количество действующих банков на 2015 год составило 740, т. е. сократилось на 94 единицы. А вот в 2014 году банков сократилось на 89 единиц. Следовательно, в 2015 году скорость сокращения банков увеличилось. На 2016 год количество действующих банков еще не опубликовали, но их количество продолжало сокращаться. Так уже 21.01.2016 года отозваны лицензии у трех банков:

1. ООО «Внешпромбанк» — г. Москва, рег. номер 3261;
2. АО АКБ «Турбобанк» — г. Санкт-Петербург, рег. номер 3203;

3. АО «Мираф-Банк» — г. Омск, рег. номер 2244.

Но ведь по сути, если у банков отзывают лицензию, значит, есть на то причины. Поэтому кратко перечислим, по каким причинам отзывают лицензию у банков РФ: нарушение законодательства, недостоверность отчетных данных, предоставление ежемесячной отчетности с задержкой более чем на 15 дней, осуществление банковских операций не предусмотренных лицензией, неисполнение федеральных законов, которые регулируют банковскую деятельность, нарушение в течении одного года требований, которые предусмотрены ст. 6 и 7 Федеральным законом № 115-ФЗ, непредставление в установленный срок в Банк России обновленных сведений, которые необходимы для внесения изменений в единый государственный реестр юридических лиц, достаточность капитала ниже 2%, размер собственных средств ниже минимального значения уставного капитала, установленного на дату государственной регистрации кредитной организации, снижение в течении трех месяцев подряд размера собственных средств ниже 180 млн рублей.

Для того чтобы преодолеть кризис в банковском секторе, нужны организационные изменения. И они, конечно же, проходят. Феномен организационных изменений появился совсем недавно, как в России, так и за рубежом, поэтому нет точного определения и отношения к данному понятию. На сегодняшний день существует множество понятий и определений организационных изменений. Дать точное определение изменению просто не возможно. Проблема в раскрытии смысла данного понятия связана не только со становлением науки, но и с развитием молодой науки. Основные трудности в трактовке организационных изменений в том, что меняется управление, изменяется организация, а так же меняется управления организационными изменениями. Именно поэтому мы не можем дать точного определения изменениям. Организационное изменение можно определить как процесс освоения новой идеи, типа поведения или как любое относительно самостоятельное видоизменение какого-то ее элемента. [1, с.80]. К основным признакам организационных изменений можно отнести:

1. Непрерывность изменений;
2. Дуальность изменений;
3. Цикличность изменений;
4. Системность изменений;
5. Естественная последовательность и этапность изменений;
6. Адекватность организационных изменений изменениям внешней среды.

При осуществлении организационных изменений возникает сопротивление. Многие работники организации не совсем хорошо, а иногда и отрицательно относятся к каким-либо изменениям, так как это может привести к негативным последствиям. В основном это связано с законом самосохранения: система стремится защитить и сохранить себя.

Чтобы провести изменения нужно работников организации сформировать сознание того, что организационные изменения так или иначе необходимы. Это достигается на рациональном уровне (логическое обоснование необходимости организационных изменений) и на эмоциональном уровне (создание психологической атмосферы).

Выделяют два вида сопротивления: пассивное и активное сопротивление.

Пассивное сопротивление — в основном скрытое неприятие перемен, выражающееся в отсутствии инициативы, игнорирование заданий и снижение работоспособности, а так же появляется желание сменить работу.

Активное сопротивление обычно выражается в открытой форме, например выступление против изменений, уклонения от внедрения новшеств и забастовка.

Причины сопротивления, которые выделили Коттер и Шлезингер:

1. Узкособственнический интерес.
2. Непонимание и недостаток доверия.
3. Низкая терпимость к изменениям.
4. Различная оценка ситуации.
5. Давление со стороны коллег.
6. Усталость от изменений.
7. Предыдущий неудачный опыт проведения изменений.

Для того чтобы подавить активные и пассивные сопротивления нужно мотивировать работников. *Мотивация* [4, с. 257] — это процесс побуждения всех сотрудников и всех членов коллектива к активной деятельности, с целью достижения своих потребностей и достижения целей организации. *Мотивация персонала* [3, 14 с.] — это один из способов повышения производительности труда. На любом предприятии мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики.

Различают материальную и нематериальную мотивацию сотрудников.

Материальная мотивация сотрудников — это награждение в виде денежных средств. В материальную мотивацию можно отнести: систему оплаты труда, финансовые премии, различные надбавки к зарплате. Нематериальная мотивация включает в себя: право выбора в трудовой деятельности, похвала за хорошую работу, награждения за участие в трудовой деятельности. Но с нематериальной мотивацией дело обстоит не так хорошо, как с материальной мотивацией. Так как каждый сотрудник организации хочет получать денежные средства. Поэтому руководителю с материальной мотивацией работать легче. [3, 266 с.]

Роль мотивации в организационных изменениях очень велика. Мотивация побуждает руководителя и его персонала к деятельности для достижения своих целей и целей организации. Также мотивация способствует снижению конфликтов, снижению текучести кадров, повышается уровень исполнительской дисциплины, отношение к труду становится очень высоким, повышается профессиональный уровень персонала, повышается моральный дух в коллективе.

Основным методом мотивирования персонала выделяют материальные и нематериальные стимулирования. Для достижения более высокого уровня можно предложить следующие мотивирующие комплексы.

Материальное стимулирование:

- формализовать показатели результативности и ввести стимулирование в соответствии с этими показателями;
- так как организация всегда меняется и приходят новые сотрудники, то их можно «доучивать» на местах, для повышения их профессионализма;
- в каждом направлении бизнес процесса можно где-то экономить, за экономию сотрудника так же можно поощрить;
- ввести бонус за стаж — так сотрудник будет уверен в себе и сопричастен организации;
- создать определенный социальный пакет.

Нематериальное стимулирование:

- оригинальные поздравления с днем рождения и иными праздниками;

- ввести золотой альбом легенд;
- сделать доску почета;
- разыгрывать кубок лучшего менеджера или разыгрывать кубок между подразделениями;
- самое главное, — нужно показать сотрудникам организации доверие руководителя, ибо это самый важный фактор в нематериальном стимулировании.

В настоящее время можно использовать нестандартные методы мотивации, например: самым преуспевающим сотрудникам выдавать недельные путевки на отдых или дарить билет на четырехчасовую игру в бильярд или же в боулинг. Ввести звание Героя компании. Это звание должен получить самый ответственный, трудолюбивый работник, который показал высокую эффективность. В качестве похвалы, Герою компании выдается пожизненная стипендия.

Таким образом, в условиях организационных изменений, мотивация играет самую огромную роль в управлении персоналом. Придерживаясь два основных метода стимулирования можно достичь огромных результатов в деятельности организации и при организационных изменениях.

Литература:

1. Дорофеева Л. И. Менеджмент: Конспект лекций. М.: Эксмо 2007. 192 с.
2. Литвинюк А. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие. М.: Издательство Юрайт, 2015. 398 с.
3. Маслова Е. Л. Менеджмент: учебник. М.: Дашков и Ко, 2015. 333 с.
4. О ликвидации кредитных организаций (по состоянию на 01.01.2015) [электронный ресурс] URL: http://www.cbr.ru/credit/likvidbase/information_01012015.pdf (8 апреля 2016 г.)

Управленческое решение как центральное звено спортивного менеджмента

Кабулов Батрадз Алматович, студент магистратуры;

Кабулова Линда Алматовна, студент магистратуры

Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма (г. Краснодар)

В статье рассматривается сущность управленческого решения в сфере физической культуры и спорта. Описываются формы, аспекты управленческого решения в спортивных организациях. Дается характеристика процесса разработки управленческого решения.

Ключевые слова: решение управленческое решение принятие решения процесс, спортивный менеджмент, спортивная организация.

Учитывая рост и значимость спорта во всем мире очень важно грамотно управлять спортивной организацией. А основной частью любой управленческой деятельности является принятие решений, в частности в спортивном менеджменте. Поэтому актуальность выбранной темы заключается в том, что принятие решений можно назвать «центром», вокруг которого вращается жизнь спортивной организации.

В процессе управления спортивным менеджером и персоналу спортивных организаций необходимо принимать огромное количество решений. Эффективность деятельности спортивной организации зависит от качества принимаемых

решений. В подготовке решений активно участвуют тренеры, преподаватели и другие специалисты. Немаловажно, чтобы каждый специалист физической культуры и спорта владел теоретическими знаниями, способностями разрабатывать управленческие решения [3, с. 57–64].

Управленческое решение в спортивном менеджменте представляет собой выбор целенаправленного воздействия на объект управления. При этом руководитель спортивной организации должен принимать управленческое решение на основе анализа ситуации, а также в рамках его должностных полномочий и компетенции.

В первую очередь решения в сфере физической культуры и спорта нацелены на человека, коллективы людей, развитие их физических сил, высоко нравственное и трудовое воспитание. Главными аспектами эффективности управления являются увеличение уровня здоровья занимающихся спортом и физкультурой, их работоспособности, учебной, общественной и производственной активности, здоровый образ жизни, рост спортивных достижений. В связи с этим предъявляются соответствующие требования к составу информации о настоящем состоянии решаемой проблемы и ожидаемым результатам. В зависимости от решаемой проблемы строится определенная система сбора, обработки, использования и хранения информации. От качества и состава информации зависит надежность принимаемых решений.

Управленческие решения в спортивных организациях принимаются в разнообразных формах, таких как: распоряжение; приказ; план; бизнес-план; постановление; целевая программа. Одной из главных задач при принятии управленческого решения является определение оптимального способа действий для достижения цели, поставленной перед спортивной организацией [5, с. 55–115].

Процесс разработки управленческого решения выглядит следующим образом: подготовка, реализация и принятие управленческого решения.

Разработка и принятие управленческих решений является важным процессом, связывающим основные функции управления — планирование, организацию, мотивацию, контроль. Действительно, не приняв соответствующего решения, нельзя реализовать ни одну из перечисленных выше функций управления. При принятии решения перед руководителем стоят две задачи: выработать возможные варианты решений и из них выбрать наилучшее. Каждая управленческая функция связана с несколькими общими, жизненно важными решениями, требующими претворения в жизнь. Планирование, как функция управления предполагает решение следующих вопросов: цели организации; изменения в окружающей среде и их последствия; выбор стратегии и тактики для достижения поставленных целей. Функция организации деятельности решает, как следует структурировать работу в организации. Мотивация отражает потребности персонала, а также удовлетворенность работой. Контроль как функция управления показывает, каким образом следует измерять результаты работы и насколько организация преуспела в достижении поставленных целей [4, с. 110–113].

Решения, принимаемые руководителями организаций, определяют не только эффективность ее деятельности в настоящее время, но и возможность перспективного устойчивого развития в быстро изменяющемся мире острой конкурентной борьбы.

Спортивные организации должны иметь определенный подход к принятию решений. На сегодняшний день выделяют централизованный и децентрализованный, групповой и индивидуальный, демократический и совещательный подходы к принятию решений.

Централизованный подход основывается на том, чтобы как можно большее число решений принималось главным управлением. Децентрализованный подход позволяет менеджерам передавать ответственность по принятию решений на самый низкий управленческий уровень. В групповом подходе руководитель и персонал работают вместе над одной проблемой. Индивидуальный подход предполагает принятие решений конкретным менеджером. При совещательном подходе менеджер опрашивает людей, которые будут задействованы в принятии решения. Демократический подход предполагает принятие решений в пользу большинства. Данный подход редко используется в организациях, так как имеет склонность к конфликтам с иерархическим устройством большинства организаций [2, с. 17].

Необходимо отметить, что от выбора стиля управления руководителя зависит огромное количество факторов. Среди них можно отметить результативность работы самого руководителя и его авторитет, атмосфера в коллективе и отношения между подчиненными и руководителем. Также от стиля управления руководителя спортивной организации будут зависеть и принимаемые им управленческие решения. Так, при авторитарном стиле руководства, способ принятия решений — единоличный. Рассматривая демократический стиль руководства, управленческие решения, как правило, принимаются на основе мнения группы или консультаций вышестоящего уровня управления. При либеральном стиле руководства управленческие решения принимаются на основе указаний, которыми распоряжается вышестоящий орган управления. Важно подчеркнуть, что авторитарный, демократический и либеральный стили управления в чистом виде встречаются крайне редко. Руководитель спортивной организации должен стремиться учитывать как интересы организации, так и каждого отдельного сотрудника [1, с. 98].

Таким образом, принятие управленческих решений является ключевым звеном в работе спортивного менеджера. Квалифицированный руководитель должен уметь принимать управленческие решения. Для этого необходимо повышать знания в данном вопросе еще при обучении будущих специалистов, а не в тот момент, когда руководитель уже несет ответственность за организацию. Спортивному менеджеру необходимо помнить, что от принятия управленческих решений зависит не только его судьба, но и судьба коллектива и организации в целом.

Литература:

1. Перевезин И. И. Менеджмент спортивной организации. М.: «СпортАкадем-Пресс», 2012. С. 98.
2. Юрченко С. Н. Менеджмент в спорте. М.: Олма-пресс, 2015. — С. 17.

3. Леднев В. А. Менеджмент в индустрии спорта. Выпуск 1 / В. А. Леднев, А. В. Малыгин, И. И. Иволгин. — М.: МФПУ «Синергия», 2012. — С. 57–64.
4. Сафронова А. В. Спортивный менеджмент как фактор развития индустрии спорта / А. В. Сафронова, С. А. Наумов, А. В. Кваша // Сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции. — Белгород, 2015. — С. 110–113.
5. Починкин А. В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие — 2-е изд., доп. и перераб. — М.: Советский спорт, 2010. С. 55–115.

Совершенствование механизма управления стоимостью имущественного комплекса вуза

Лейман Евгений Николаевич, проректор

Научный руководитель: Лозенко Валерий Константинович
Национальный исследовательский университет «МЭИ» (г. Москва)

В статье приводится анализ и специфика основных функций управления стоимостью имущественным комплексом вуза, приведена классификация рисков планирования управления стоимостью имущественным комплексом вуза, приведены рекомендации к формированию системы механизма управления стоимостью имущественного комплекса вуза.

Ключевые слова: имущественный комплекс, управленческие риски, управление стоимостью.

The article presents analyzes and specifies the main functions of managing the value of the property complex of the university, categorizes the risks of planning the management of the value of the property complex of the university, provides recommendations for the formation of a system for controlling the value of the property complex of the university.

Keywords: property complex, management risks, value management.

Существуют различные подходы к выделению функций управления. Классический подход заключается в выделении следующих основных функций: планирование, организация, мотивация, контроль [4]. Рассмотрим особенности совершенствования механизма управления стоимостью имущественного комплекса вуза (ИКВ) в соответствии с этими основополагающими функциями.

Функция планирования стоимости имущественного комплекса вуза обеспечивает реализацию трех основных составляющих:

- оценка имущественного комплекса вуза и его отдельных объектов, группы объектов с учетом эффективности их использования в анализируемом периоде;
- определение целевой оценки стоимости ИКВ с учетом состава объектов и их финансово-экономических характеристик эффективности их использования;
- обоснование с использованием программно-целевого метода путей достижения планового результата с учетом многообъектности имущественного комплекса.

Очевидно, что планирование стоимости ИКВ как составная часть управления стоимостью имущественного комплекса имеет ряд особенностей, обусловленными внешними и внутренними для вуза факторами.

Внешние факторы планирования стоимости ИКВ связаны, в первую очередь, со следующими основными

факторами: макроэкономическими факторами (финансовое обеспечение высшего образования в целом, престижность тех специальностей / направлений подготовки, по которым в вузе ведется подготовка, текущая стоимость объектов ИКВ для обеспечения конкурентоспособности вуза, система налогообложения имущества вуза).

Внутривузовские факторы включают в себя: состав имущественного комплекса вуза по каждому направлению деятельности (учебная, учебно-производственная, научно-исследовательская, спортивная, культурно-воспитательная, жилищная); экономические характеристики имущественного комплекса вуза; уровень инновационности имущественного комплекса вуза; образовательные технологии; комплекс, используемый для научно-исследовательской деятельности; отраслевую специализацию вуза; уровень позиции в межвузовской конкуренции; объемы бюджетного и внебюджетного финансирования.

При оценке текущей и плановой стоимости имущественного комплекса для каждого направления уставной деятельности вуза должна составляться матрица, в которой указаны:

- степень значимости каждого объекта/группы объектов ИКВ для реализации каждой цели управления ИКВ;
- стоимость объекта имущественного комплекса;
- характеристика его использования в деятельности вуза (постоянно, для обеспечения конкретных видов

деятельности вуза, уровень физического и морального износа, уровень инновационности);

- доход, генерируемый данным объектом ИКВ;
- затраты (текущие, плановые).

При определении плановых перспектив развития ИКВ вуза необходимо обеспечить сценарный подход, который учитывает благоприятные либо неблагоприятные варианты. В связи с этим важным элементом современного управления является риск-менеджмент. Для имущественного комплекса оценка рисков заключается в определении источников рисков, обосновании возможных их проявлений, оценке степени их влияния на основную и инфраструктурную деятельность вуза; в разработке методов минимизации рисков, в том числе для стоимости ИКВ.

С позиций внешней среды рисками для управления стоимостью ИКВ являются:

финансовые риски: риски бюджетного недофинансирования программ реновации и модернизации имущественного комплекса вузов; инфляционные риски, которые существенно суживают возможности обновления ИКВ и увеличивают затраты на использование тепло- и энергообъектов ИКВ; риски снижения доходов вузов из внебюджетных источников (спонсоры, хоздоговорные темы, совместные инвестиционные проекты и др.); риски изменения налоговых режимов (введение кадастровой системы оценки, увеличение НДС, изменение амортизационной политики);

экономические риски: риск изменения отраслевых приоритетов в подготовке специалистов; риск новаций в организации учебного процесса; риск недобросовестной конкуренции со стороны других вузов; риск коррупции; риск недобросовестности поставщиков и подрядчиков;

организационные риски: риски закрытия, слияния, присоединения вуза; риск изменения организационно-правовой формы вуза; риск неквалифицированного управления вузами со стороны курирующего министерства; риск изменения параметров оценки деятельности вуза в части имущественного обеспечения;

правовые риски: риски изменения в нормативной правовой базе, регулирующей порядок приобретения, списания, постановки на учет объектов имущественного комплекса;

форс-мажорные риски: риски стихийных бедствий.

Внутривузовская среда определяет совокупность внутренних рисков:

организационные риски: риски неэффективного управления объектами имущественного комплекса вуза (отсутствие учета и контроля);

технико-технологические риски: риски не правильного использования объектов имущественного комплекса;

кадровые риски: риски нехватки или увольнения квалифицированных сотрудников.

В целом при разработке прогноза оценки стоимости имущественного комплекса необходимо учитывать внешние

и внутренние риски и для минимизации их последствий разрабатывать и использовать методы снижения рисков.

Таким образом, для этапа планирования при методе управления стоимостью имущественного комплекса результирующим параметром должна стать прогнозная оценка стоимости имущественного комплекса вуза, рассчитанная с учетом внешних и внутренних факторов, а также экспертной оценки рисков, которые могут существенно повлиять на стоимость имущественного комплекса в целом и его отдельных объектов.

Второй основополагающей функцией управления является организация. Необходимо отметить, что эта функция конкретизируется через создание системы управления имущественным комплексом, которая составной частью включает в себя механизм управления имущественным комплексом вуза. При этом: а) система управления имущественным комплексом вуза в соответствии с системными принципами является подсистемой системы более высокого уровня — общей системы управления вузом; 2) механизм управления имущественным комплексом вуза в силу специфики объекта — имущественного комплекса — через подсистему управления ИКВ связан с общим механизмом управления вузом и в силу этого, как и подсистема управления ИКВ, является многоаспектным в зависимости от выбранных для реализации целей, задач, результатов, показателей и методов управления, которые и определяют содержание организационной функции управления (рис. 1).

При определении организационных аспектов управления имущественным комплексом, отметим, что в рамках организационно-функциональной структуры управления вузом механизм управления стоимостью имущественного комплекса целесообразно сформировать, подчинив его первому проректору или проректору по развитию имущественного комплекса. Если в целом для вуза определена в качестве приоритетной цели цель повышения его стоимости, то функционально за ее реализацию должен быть ответственен первый проректор, если сформулирована задача повышения стоимости только имущественного комплекса, то тогда целесообразно возложить ответственность на проректора по административной деятельности (по развитию имущественного комплекса, имущественных отношений и т. п.).

При этом существенно изменяются и требования к квалификации топ-менеджмента вуза, так как функциональный подход к управлению должен трансформироваться в функционально-стоимостной.

Для реализации в полной мере данных функций руководству вуза целесообразно реализовать матричный подход к формированию системы и соответственно механизма управления, что позволяет минимизировать время на адаптацию сотрудников и персонала к выполнению смежных задач, разделяет коэффициент ответственности между различными подразделениями вуза, способствует обмену опытом между центрами ответственности.



Рис. 1. Управление имуществом комплексом в системе управления вузом

Примечание: —————> Основная функция - - - - -> Дополнительная функция.

Следующей функцией управления является мотивация. Отметим, что большинство объектов имущественного комплекса вуза находится в коллективном пользовании студентов, преподавателей, сотрудников и соответственно задача эффективного использования имущественного комплекса и его совершенствование является общей коллективной задачей. При том, что в долгосрочном плане интересы студентов, преподавателей и сотрудников в обеспечении параметров использования имущественного комплекса не совпадают, то отдельно должны быть разработаны мотивационные стимулы для всех участников учебного, научно-исследовательского, воспитательного и иных процессов, которые позволяют повысить степень сохранности ИКВ, эффективности их использования, а также привлечение спонсоров к обновлению имущественного комплекса.

Четвертой базовой функцией управления является контроль, который применительно к специфике управления стоимостью имущественного комплекса имеет два уровня. Первый уровень контроля связан с текущим

использованием объектов имущественного комплекса, для чего могут использоваться различные инструменты контроля: видеонаблюдение, регулярные осмотры, инвентаризации, пропускной режим для перемещения объектов ИКВ с целью повышения эффективности использования ИКВ. Второй уровень контроля связан с мониторингом выполнения программ развития ИКВ, анализом факторов и рисков, которые влияют на реализацию программы совершенствования ИКВ по критерию повышения его стоимости, подготовкой предложений по совершенствованию процедур планирования развития ИКВ в интересах вуза.

Отметим, что рассматриваемый управленческий процесс является гибким в части добавления участников согласования, размежевания коэффициента ответственности, включения в него участников, осуществляющих функции контроля и проверки. Конкретизация разработанных нами методических рекомендаций должна учитывать специфику вуза и поставленные перед ним цели и задачи как со стороны собственника, так и цели и задачи, сформированные в рамках выработанных вузом стратегий развития.

Литература:

1. Астанина, С. Ю. Реализация компетентного подхода в высшем профессиональном образовании: коллективная монография / С. Ю. Астанина, Н. В. Шестак, А. Г. Письменский. — М.: Современная гуманитарная академия, 2009. — 172 с.
2. Волгина, С. В. Управление ключевыми компетенциями в системе мер обеспечения конкурентоспособности вуза на примере образовательных услуг / С. В. Волгина. — Ростов н/Д: Ростиздат, 2010. — 180 с.
3. Елисеев, Б. П. Общество, государство, высшая школа / Б. П. Елисеев, О. А. Плешакова: монография. — М.: Радиотехника, 2011. — 288 с.
4. Коупленд, Т. Стоимость компаний: пер. с англ. / Т. Коупленд. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. — 566 с.

Лояльность персонала как основной показатель стабильности вуза

Торгунская Наталья Леонидовна, кандидат педагогических наук, доцент;

Торгунский Павел Сергеевич, студент

Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского (г. Владивосток)

Лояльность персонала демонстрирует его уважительное, корректное и непосредственно благожелательное отношение к организации и работодателю, личную заинтересованность работника в успешном развитии организации.

Лояльность персонала — важный компонент успеха не только в бизнесе, но и в сфере образования.

Неконкурентная заработная плата, напряженность и сложность труда педагогов делает проблему лояльности в образовательных учреждениях довольно актуальной и значимой. Нелояльность работников образовательного учреждения может привести к серьезным последствиям, а именно: снизить качество образования и конкурентоспособность вуза, нарушить организационную структуру и безопасность учреждения.

По сути, проявление лояльности персонала — это относительное явление, поскольку она может проявляться к руководителю организации, либо к организации в целом. То есть лояльность — это такое качество, которое возникает при взаимоотношениях, при этом должен быть и субъект, и объект общения [4].

Для того, чтобы определить это качество в исследованиях используются различные термины, такие как лояльность (Почебут Л. Г., Чикер В. А., Харский К. В., Доминяк В. И., Ковров А. В.), приверженность (Магура М. И., Курбатова М. Б.; Доценко В. С., Витман Д. С., Сидоренко Е. В.), преданность (Л. Джуэлл), патриотизм (М. И. Магура).

Лояльное отношение сотрудников к организации Почебут Л. Г. и Королева О. Е. рассматривали как установку и разработали суждения, которые определяют это отношение на основе процедуры построения шкал Л. Терстоуна. При этом «лояльный» означает находящийся в границах законности, корректно и благожелательно относящийся к организации [7].

По мнению Дейнека О. С., лояльность — это приверженность делу организации, которая появляется благодаря эффективной подготовке сотрудников, идентификации личных интересов с успехом организации и, наконец, человеческая связь между сотрудниками и их руководством [3]. При этом выделяются взаимные обязательства сотрудников и руководителя: «сотрудники платят своей лояльностью, а организация заботится о своих сотрудниках, их благополучии в организации и удовлетворении личных потребностей сотрудников» [3].

Исследуя уровень лояльности сотрудников в конфликтологическом ключе, Чистякова Т. Н. и Моисеенко Н. В. рассматривают лояльных работников как идентифицирующих себя с компанией.

В нормативном ключе определяет лояльность Баранская С. С., которая отмечает, что этимологические корни понятия «лояльность» уходят в представления о законопослушности, принятии правил и условий, возникающих в ходе договорных отношений. Договор, письменный или же устный, официальный или негласный, закрепляет за каждой из сторон права и обязанности, ответственность, связанную с возникновением данных отношений [1].

В этом же смысле Магура М. И., Курбатова М. Б., Доминяк В. И. приходят к выводу, что под лояльностью следует понимать корректное, благожелательное отношение, соблюдение установленных правил и норм, что говорит о наличии нормативного и эмоционального компонентов лояльного поведения [5].

Говоря о приверженности как преданности персонала, Дуэйн П. Шульц и Сидни Э. Шульц выделяют 3 условных вида:

- 1) преданность в силу долгосрочного сотрудничества;
- 2) аффективную преданность, основанную на эмоциональной принадлежности сотрудника компании;
- 3) нормативную преданность — осознание работником необходимости продолжения работы в данной организации [8].

Отечественные авторы Магура М. И., Доценко Е. В., Сидоренко Е. В., опираясь на ряд зарубежных моделей, предложили следующие виды приверженности как проявления лояльности:

- 1) организационную приверженность — отождествление сотрудника с организацией, выражающуюся в стремлении работать в ней и добиваться ее успеха;
- 2) эмоциональную приверженность — психологическую привязанность работника непосредственно к людям, месту и делу;
- 3) приверженность по расчету — привязанность к компании, выражающуюся личными мотивами человека;
- 4) приверженность по долгу — моральные обязательства которые обязуют оставаться в компании, выполнять свою работу и добиваться поставленных перед собой целей [5].

Доминяк В. И. пишет, что понятие «приверженности» включает в себя следующие элементы:

- 1) расположенность — доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к своему руководству, иным лицам, их действиям и к организации в целом;
- 2) разделение принципов и целей работы организации, понимание и поддержка целей своей организации;

- 3) разделение ценностей, норм, верований, базовых предположений, которые лежат в основе организационной культуры; соблюдение правил, обязательств, включая неформальные отношения, руководства, сотрудников и иных субъектов взаимодействия;
- 4) отсутствие таких действий, которые наносят ущерб интересам организации;
- 5) умение подчиняться, выполнять задания руководства, не зависимо от собственного или мнения других по поводу этих заданий;
- 6) заинтересованность в результатах компании — стремление к улучшению результатов, как своей деятельности, так и деятельности организации [3].

Еще одна классификация видов приверженности сформулирована на основе модели Дж. Мейер и Н. Аллен:

- 1) истинная приверженность — без выдвигания особых условий по отношению к организации.
- 2) прагматическая приверженность — стремление работников взвешивать и сравнивать то, что они дают своей организации, с тем, что получают взамен от нее.
- 3) вынужденная приверженность — отсутствие у работников возможности найти другую работу [6].

По мнению Харского К. В., лояльность персонала организации — это довольно непростое явление, которое измерить напрямую довольно сложно, а, следовательно, трудно определить уровень лояльности (нелояльности) коллектива и отдельных работников. Обычно для этого используют социологические методы (анкетирование, опрос профессиональным психологом) или же измеряют по косвенным признакам.

Изучение уровня лояльности персонала на одном из факультетов МГУ им. адм. Г. И. Невельского проводилось с помощью методики измерения уровня лояльности С. С. Баранской [2].

Исследование проводилось в период с ноября по декабрь 2017 года. Группа респондентов составляла 72 человека. Целью исследования было установить взаимосвязь уровня лояльности и возраста работников университета.

Методика С. С. Баранской позволила нам изучить организационную лояльность, показатель которой складывался из трех подшкал (гордость за организацию, вовлеченность в дела организации, нелояльное поведение).

Высокую организационную лояльность показали респонденты от 61 до 80 лет. Высокая лояльность работников данной группы говорит об их преданности своей организации. Они принимают и разделяют условия и требования работы, стремятся быть в курсе планов и проблем факультета и участвовать в его жизни и развитии. Такие сотрудники ощущают себя ответственными за состояние дел своей организации и готовы прилагать собственные силы для её успеха и процветания.

Средние показатели организационной лояльности демонстрируют работники в возрасте от 41 до 60 лет (17 человек, что составляет 23,6 % от общего количества работников). По подшкалам в этой группе на первом месте показатель готовности проявлять нелояльное поведение, далее по степени проявления выделен уровень вовлеченности в дела организации и на последнем месте выступил показатель чувства гордости за организацию.

В возрастной группе работников от 20—40 лет преобладает низкий уровень лояльности (13 человек — 18 % от общего количества работников факультета).

Низкий показатель лояльности респондентов данной группы может свидетельствовать о том, что организация не является для них чем-то большим, чем временное место работы. Работники данной группы не видят причин разделять ответственность за неудачи и успехи университета, не чувствуют необходимости участвовать в его жизни и прилагать собственные усилия для более качественной, продуктивной работы и развития. По подшкалам исследование показало, отсутствие чувства гордости за организацию, отрицание вовлеченности в дела организации, готовность проявлять нелояльное поведение.

Проведенное исследование подтверждает актуальность разработки программы повышения лояльности персонала МГУ им. Г. И. Невельского.

Такая программа может включать включающая следующие формы работы с персоналом: развитие организационных структур управления; проведение встреч работников с руководством университета; проведение собраний коллективов, для обсуждения тактических и стратегических планов развития организации и осмысление целей организации; привлечение молодых коллег к разработке совместных проектов и поэтапному внедрению нововведений; разработку адаптационных тренингов, на которых обеспечивается развитие «психологического контракта» между работниками разных возрастных категорий, а также работниками и организацией; проведение встреч которые направлены на усиление горизонтальных связей, трансляцию корпоративных традиций; создание форума организации для обмена мнениями, предложениями; создание «банка идей» по совершенствованию сплоченности работников и развитию университета; создание информационных центров по введению новшеств, текущему мониторингу анализу и планированию показателей развития университета; расширение числа семинаров и конференций с приглашением ведущих зарубежных и отечественных специалистов; проведение стажировок преподавателей факультета в отечественных и зарубежных вузах.

Лояльный персонал — это прежде всего, работники, понимающие и принимающие цели организации, открытые для сотрудничества, способные разделить сложные времена из-за верности и чувства принадлежности. Это и есть кадровый резерв любой организации.

Литература:

1. Баранская С. С. Проблема этимологии понятия «организационная лояльность» // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2010. Т. 16, № 2. С. 301–304.
2. Баранская С. С. Методика измерения лояльности [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 1 (15). URL: <http://psystudy.ru>
3. Дейнека О. С. Экономическая психология. Учеб. пособие. СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та, 2000. 160 с.
4. Лавреха А. О. Управление и формирование лояльности персонала // Евразийский Научный Журнал. 2016. № 10, С. 5–11.
5. Магура М. И. Патриотизм персонала по отношению к своей организации — решающее конкурентное преимущество // Управление персоналом. 1998. № 11. С. 20–27.
6. Магура М. И., Курбатова М. Б. Современные персонал-технологии // Управление персоналом. 2001. № 6, С. 45–50.
7. Почебут Л. Г. Оценка лояльности сотрудника к организации. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности / под ред. Никифорова Г. С., Дмитриевой М. А., Снеткова В. М.. СПб.: Речь, 2001. 346 с.
8. Шульц Д., Шульц С. Психология и работа. 8-е изд. СПб.: Питер, 2003. 178 с.

ТУРИЗМ

Тенденции индустрии туризма в условиях современной глобализации

Авджды Эмре, аспирант

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского (г. Нижний Новгород)

В статье рассматриваются важнейшие аспекты индустрии туризма в условиях современной глобализации. Выявлены альтернативные и наиболее развивающиеся виды туризма, которые влияют на направленность туристических потоков. Выделены категории людей, которые в настоящее время играют важную роль в развитии туризма по новым направлениям. Изучается значимость информационных технологий для туристического сектора.

Ключевые слова: туризм, глобализация, тренды туризма, альтернативный туризм, туристические потоки.

В последние годы туризм переживал глобальное развитие и продолжающийся рост, став одним из самых быстрорастущих секторов мировой экономики. Современный туризм одновременно влияет на все сферы производственной инфраструктуры, способствуя ускоренному экономическому развитию. Глобальное распространение туризма привнесло экономические и трудовые выгоды во многих смежных отраслях — от строительства до сельского хозяйства, от пищевой промышленности до здравоохранения. Такая положительная динамика сделала туризм ключевой движущей силой социально-экономического прогресса. [1]

Направленность 80% туристических потоков в мире сконцентрирована в одних и тех же географических регионах и континентах. Основные передвижения туристов между континентами на протяжении долгих лет сложились следующим образом: из Северной и Центральной Европы к Средиземному морю и в Африку; из Западной Европы на Ближний Восток и в Азию; из Западной Европы в Северную Америку; из Северной Америки в Европу; из Северной Америки в Центральную и Южную Америку; из Японии в Европу и Америку; из других стран Азии в соседние страны; из Австралии и Новой Зеландии в Европу и Северную Америку; из Японии в страны бассейна Тихого океана. Между тем существуют разнообразные факторы, которые временно меняют направленность туристических потоков. Наибольшую значимость в настоящее время имеют природно-климатические и финансово-экономические факторы [2]. Рассмотрим эти факторы с точки зрения трендов, которые они вносят и будут вносить в современный туризм.

После 1990-х годов глобальное потепление, и как следствие, климатические изменения, стали негативно сказываться на экономическом положении стран, получающих доходы от туризма. Дождь, засуха, оползни, подъем уровня воды и другие природные явления негативно влияют на некоторые общеизвестные туристические направления.

Например, из-за изменения средних температур в Венеции некоторые прибрежные линии могут оказаться под водой, а в северной Европе продолжительность коротких туров может быть увеличена [3]. В связи с глобальным потеплением могут произойти изменения в туристических движениях, например, может увеличиться процент путешествий, совершаемых вне летнего сезона. Таким образом, возможно предусматривать продление туристического сезона в Турции. Подобные изменения могут привести к увеличению срока туризма с 4–5 месяцев до 6–7 месяцев в году [4]. Если температура воздуха значительно возрастет, пострадают места массового туризма, имеющие доход от зимнего сезона. В связи с уменьшением выпадения осадков в зимний период, места дестинации, имеющие доход от зимнего туризма, могут столкнуться с проблемой полной остановки своей деятельности. С другой стороны, на примере Дубай, возможна активизация деятельности горнолыжных центров с искусственным снегом.

С другой стороны, места дестинации массового туризма часто критикуются за урон и разрушения, нанесенные историческим местам и ландшафту, и напротив, виды альтернативного туризма, возникшие вследствие новых туристических тенденций, ввиду повышенной сознательности современных туристов, отмечены уважительным отношением к историческим местам и природным источникам. Подобное отношение является естественным результатом интереса к продукции местного производства, взаимосвязь с природой и с образованностью людей в экологическом плане. Распространение туристов нового поколения и увеличение видов альтернативного туризма можно считать весьма позитивным событием для концепции «устойчивого развития туризма». Ожидается, что в ближайшие годы интерес к некоторым альтернативным видам туризма будет стремительно расти. Одним из них является «природный туризм». Повысится интерес к экосистемному туризму и охраняемым территориям с девственной природой.

Соответственно, в рамках концепции устойчивого развития туризма необходимо увеличить число экологических туристических проектов, которые находятся в гармонии с природой. Концепция личной мотивации, называемая в литературе «фактором толчка», затмив привлекательность «фактора тяги» дестинации массового туризма. В этой связи, открываются возможности для развития туризма в регионах с не развитой туристической инфраструктурой, обладающих прекрасными природными и этническими характеристиками. Современные туристы нового поколения, как правило, стремятся к повышению своего социального опыта и культурного развития. В результате увеличивается спрос на тематические мероприятия, длительные туристические походы, курсы кулинарии и живописи, велосипедные и сафари-туры [5].

В настоящее время, направления туристических предпочтений становятся все более индивидуальными, а не массовыми, и занимают все более ведущую роль на мировой арене туризма с более экологически чистыми и устойчивыми туристическими продуктами. Гастрономические фестивали, электронные музыкальные фестивали, традиционные местные верования и ритуалы празднования подобных религиозных верований, интересных с этнографической и исторической точки зрения, стали продуктом направлений движения туристического потока и играют важную роль в рамках целевого маркетинга. В Таиланде ритуал Сонгкран, который определяется как новогоднее празднование буддийской веры в Таиланд и процесс очищения и обновления, фестиваль Лой Кратонг, Октоберфест, проходящий в городе Мюнхен в Германии, Лас Фальяс праздник Валенсийского сообщества в Испании, красочный весенний праздник Холи и фестиваль слонов в Индии, ежегодный международный фестиваль снежных скульптур в Харбине (Китай) — эти мероприятия служат в качестве целевых направлений туризма, которые обеспечивают важный вклад в нишу маркетинговой деятельности и обеспечивают значительные преимущества в общемировой борьбе за доходы от туристической индустрии. На данном этапе, благодаря эффективной организации продвижения и маркетинга продукции в социальных сетях, на острове Ко Панган в Таиланде, в Ки-Уэсте в Америке или в Копакабана в Бразилии, существует требуемый спрос в определенное время и место. Поэтому прогнозируется увеличение спроса на туристические услуги и продукты, которые организуют продвижение с помощью интерактивных платформ и социальных сетей. В результате выросшей популярности смартфонов каждый человек в возрасте от семи до семидесяти лет может использовать данные устройства, получая мгновенный доступ к любой информации путем мобильных приложений или сайтов в интернете [6, с.128].

Появление ведущих онлайн-платформ для путешествий, таких как группа компаний Booking и Agoda, имеющих доступ к глобальной инвентаризации проживания и конкурентоспособные ценовые решения, увеличило интерес потребителей к туристической деятельности. Благодаря

платформам TripAdvisor и Tophotels, где продукты размещения представлены к оценке клиентов с позиции рациональности, появилась возможность доступа к оценке объекта размещения в любой точке мира. Не имея собственного опыта, стало проще получить мгновенное представление о предлагаемой продукции индустрии туризма. Благодаря платформам систем веб-поиска информации о воздушных перевозках, таким как Skyscanner, Aviasales и AeroBallet, доступ к глобальной сети авиабилетов намного упростился. По прогнозам исследователей рынок индустрии онлайн-путешествий, в настоящее время функционирующий с объемом в 596 млрд долларов США, а к 2020 году достигнет предполагаемого объема в 800 млрд долларов США. Ожидается, что в течение прогнозируемого периода 2017–2023 годов глобальный рынок онлайн-путешествий будет расти на уровне CAGR (Compound Annual Growth Rate) приблизительно на 12% [7].

Стоит также отметить увеличение интереса на оздоровительный и медицинский туризм. Основными причинами данной тенденции являются высокая стоимость медицинского обслуживания в Европе и США, кроме того, продолжительность ожиданий визитов к врачу и попытки страховых компаний снизить стоимость издержек приводят к увеличению спроса на медицинские услуги в других странах, предлагающих более выгодные цены в области здравоохранения. Медицинские услуги, эстетическая хирургия, продукты, связанные со здоровьем в области стоматологии, привлекают внимание многих людей. Тот факт, что население Европы придает особую значимость вопросам оздоровления, эстетической важности внешнего вида людей, особенно возрастающее в последние годы стремление женщин сохранять молодой облик, обеспечивает развитие оздоровительного туризма [8, с.9]. Например, во время туристической поездки в Таиланд, можно спланировать операцию по ринопластике или другую пластическую операцию. Подобным образом, иностранный турист, прибывающий в Турцию, в течение 10-дневного отпуска 1 день может отвести для проведения операции по пересадке волос. Лечебно-оздоровительный туризм стремительно развивается. Основная доля оздоровительных и реабилитационных центров приходится на Европу, в том числе и Турцию. Осваиваются новые горные территории, строятся спа-центры и спа-отели, центры по лечению тяжёлых и трудноизлечимых заболеваний. Таким образом медицинский и оздоровительный туризм ещё долгое время будет оставаться одним из самых перспективных направлений в индустрии туризма.

Стремительная глобализация мирового сообщества и прогрессирующее развитие мировой экономики, привели к появлению ряда новых альтернативных видов туризма, которые рассматривались в начале статьи. Слои населения, интересующийся подобными видами туризма, в средствах массовой информации обозначается термином «новый средний класс». В отличие от массового туризма, данный слой населения представляет собой новую

категорию туристов, которые предпочитают совершать путешествия зачастую в одиночку и/или в составе очень малочисленной группы людей. Среди них отмечается интерес к культурной жизни, приобщение к познанию новых культурных ценностей и неизведанных аутентичных исторических мест. В январе 2018 года по данным поиска Google запросы «одиночное путешествие» и «путешествия в одиночку» были на самом высоком уровне. Среди американских и европейских туристов произошло 40-процентное увеличение количества одиночных пассажиров в групповых турах за последние пять лет. В связи с повышением спроса на одиночные путешествия туроператоры США и Европы начали создавать туристические продукты, чтобы не только разместить, но и удовлетворить соло-путешественника разнообразными маршрутами. Поэтому можно считать, что началась новая эра для одиночного путешествия [9].

Если проанализировать туристов с точки зрения возраста, то можно выделить одну из важных для туризма возрастных категорий людей — пенсионеры. Прогрессирующий сектор здравоохранения, экономическая ситуация, улучшение условий жизни, технологические разработки, способствовали увеличению средней продолжительности жизни людей в Европе. В настоящее время 50-е и 60-е годы жизни человека называются группой среднего возраста. С течением времени число людей данной возрастной группы растет. По оценкам исследователей к 2023 году европейское население составит 350 миллионов человек, из которых возраст около 100 миллионов европейцев, как ожидается, превысит 65 лет [10, с.32]. Несмотря на повышение пенсионного возраста в Европе, отмечается повышение уровня жизни и здоровья людей данной возрастной группы. При этом они свободно пользуются своими пенсионными правами, располагают большим количеством свободного времени, и имеют желание путешествовать. Европейский рынок туристов пенсионного возраста является важным для туристического сектора многих стран, особенно Турции, которую они часто посещают в основном в зимнее время, когда стоимость проживания в 4–5

звёздных отелях с системой питания «всё включено» чуть выше или равна проживанию в своей стране.

Мы видим, что туризм представляет собой, прежде всего, социальную деятельность, и приоритетным направлением с точки зрения необходимости данной деятельности является транспортировка, где социальные продукты, а не физические продукты, формируют фактический спрос. Легкость доступа к месту назначения и количество планируемых поездок ежегодно, является самым важным фактором в развитии туристических направлений. Воздушные перевозки в этом отношении сполна выполняют свои обязанности. Easyjet, Ryanair, Pegasus, Transavia, Wizz air, Iberia Express, West Air, Air Asia, Citilink, Jetstar, Tigerair, каждая из этих авиакомпаний лоукостеров имеет приоритетные предложения для путешествий по низкой стоимости в своём регионе. Данный ряд компаний, приобретенный недорогими чартерными компаниями, в отличие от крупных авиакомпаний, совершающих международные регулярные рейсы, способствовали маршрутизации микронаправлений и сыграли важную роль в развитии этих направлений туризма. Поддержка лоукостерами инновационных технологий облегчило доступ к пользованию их услугами, что положительно сказалось на интенсивности и объеме туристических движений в разных направлениях.

В результате глобализации в мире, начинается передвижение населения в образовательных и деловых целях из мест рождения в другие точки Земли, таким образом, темпы формирования семей между гражданами разных странах будут только увеличиваться. Подобная тенденция предполагает увеличение визитов друзей и родственников международных семей. В то время как пенсионеры, располагающие свободным временем, будут предпочитать длительный отдых в местах путешествий, новый средний класс, загруженный трудовой деятельностью, будет склонен отдыхать чаще в течение более короткого промежутка времени или в одиночку. В связи с этим, на сегодняшний день, завоевавшие популярность туристические пакеты, не потеряют своей значимости, но к ним будут добавлять новые пакеты, сформированные на альтернативных видах туризма.

Литература:

1. Tourism — an economic and social phenomenon // UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> (дата обращения: 20.05.2018).
2. Факторы развития туризма // Энциклопедия Экономиста. URL: <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/factory-gazvitiya-turizma.html> (дата обращения: 25.05.2018).
3. Europe // Climate Change Post. URL: <https://www.climatechange.org/europe/climate-change/> (дата обращения: 25.05.2018).
4. Turizm sezonu erken başladı // Hurriyet. URL: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turizm-sezonu-erken-basladi-40785490> (дата обращения: 25.05.2018).
5. Adventure travel // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Adventure_travel (дата обращения: 25.05.2018).
6. Lechosław Garbarski, Sławomir Smyczek. New Information Technologies: Implications for Business Strategies and Marketing Communication. — Warsaw: Studio KARANDASZ, 2016. — P. 384.
7. Online Travel Market 2018 Global Segments, Size, Industry Growth, Regional Study and Trends by Forecast to 2023 // Crossroads Today. URL: <http://www.crossroadstoday.com/story/37714342/>

online-travel-market-2018-global-segments-size-industry-growth-regional-study-and-trends-by-forecast-to-2023 (дата обращения: 22.05.2018).

8. Tomas Mainil, Eke Eijgelaar, Jeroen Klijs, Jeroen Nawijn, Paul Peeters. Research for TRAN Committee — Health tourism in the EU: a general investigation. — Brussels: European Union, 2017. — P. 144.
9. 10 travel trends for 2018 // Intrepid Travel. URL: <https://www.intrepidtravel.com/travel-trends-2018/> (дата обращения: 22.05.2018).
10. Wolfrang Lutz, Anne Goujon, Samir KC, Marcin Stonawski, Nikolaos Stilianakis. Demographic and human capital scenarios for the 21st century. — Luxembourg: European union, 2018. — P. 598.

Индивидуальный туризм как перспективное направление туризма в деятельности туристских фирм Приморского края

Спиридонова Татьяна Олеговна, студент;

Шеметова Елена Васильевна, старший преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В настоящее время наблюдается все возрастающая популярность путешествий среди туристов. Многим уже не нужна помощь в организации путешествия. Самостоятельные путешественники способны сами забронировать отель, приобрести билеты, составить маршрут по своему желанию. Те туристы, кто путешествует через туристские фирмы, ищут более выгодные финансовые предложения туров, так как практически все фирмы предлагают одни и те же туры. И здесь, для туристских фирм встает вопрос, чем еще они способны удивить своих клиентов. В данной статье представлено известное, но не такое популярное направление среди основной массы туристов, как индивидуальный туризм, а именно индивидуальные туры и их продвижение на примере деятельности туристских фирм города Владивостока.

Ключевые слова: туризм, индивидуальный туризм, индивидуальный тур, продвижение туров, виды туризма.

Сегодня туризм — это важнейшая экспортная индустрия, сфера крупных инвестиций, привлекающая миллионы работников различных профессий и квалификаций. Коммуникационное, информационное, производственное, сбытовое, образовательное туристское пространство полностью охвачено глобализационными процессами, оказывающими влияние на туристскую политику, экономику, технологию, образование.

Согласно западной системе подсчета доля туризма в ВВП России составляет 3,4 процента. Для сравнения в мире в среднем доля составляет 10 процентов. Для повышения доли туризма в ВВП России по заявлению главы Ростуризма О. П. Сафонова в 2019 году планируется реализовать новую федеральную целевую программу по развитию внутреннего и въездного туризма. Результатом реализации программы должно стать увеличение доли туризма в ВВП России до 5 процентов к 2025 году [1].

Сегодня развитию туризма в России уделяется все больше внимания, причем на различных уровнях. Ведь в настоящее время мир переживает настоящий туристский подъем, поток туристов с каждым годом растет, а также растет и доход от туристского бизнеса в разных странах мира. В подтверждение этому можно привести статистику Всемирной туристской организации (UNWTO), которая почти ежемесячно выпускает мировой туристский барометр. В выпуске января 2018 года

сказано, что, несмотря на некоторые политические проблемы в мире, международные туристские прибытия в 2017 году выросли на 4 процента по сравнению с 2016 годом до 1239 миллионов. По прогнозам на январь 2018 года число туристских прибытий в мире увеличится на 4–5 процентов [2].

Для того чтобы выявить сущность и понятие «индивидуального туризма», а также его отличие от остальных видов туризма следует сказать, что индивидуальный туризм является формой туризма по количеству участников.

Под туризмом понимаются временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [3].

В Приморском крае наблюдается увеличение доли оказанных туристских услуг населению. На протяжении трех лет (2012–2014 г.) туристские услуги составляют 1,4 процента от всех оказанных платных услуг населению. Далее в 2015 и 2016 годах оказание туристских услуг населению увеличивается на 0,1 процент.

Динамика объема туристских услуг в Приморском крае за 2009–2016 года представлена на рисунке 1.

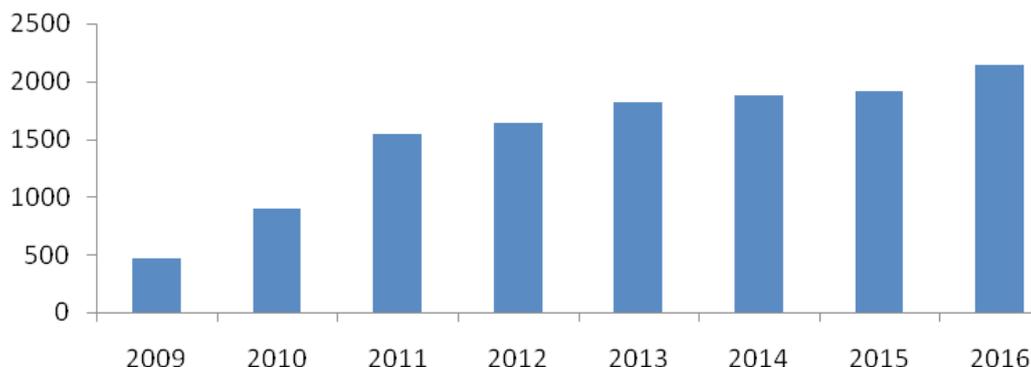


Рис. 1. Динамика объема туристских услуг в Приморском крае, 2009–2016 гг., млн руб.

Согласно данным рисунка 1, видно, что объем туристских услуг в Приморском крае с каждым годом увеличивается, за период с 2009 по 2016 гг. объем туристских услуг в Приморском крае увеличился на 1665,1 млн руб.

Таблица 1. Объем туристских услуг, оказанных населению в ДВФО (2009–2016 гг.), млн руб.

Регион ДВФО	Год							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Республика Саха (Якутия)	208,7	267,9	300,6	372,5	474,7	551,8	567,5	590,7
Камчатский край	315,7	412,1	415,3	552,4	648,2	656,2	600,9	613,9
Приморский край	471,9	895,5	1539,2	1641,2	1816,4	1882,5	1912,1	2137,0
Хабаровский край	538,0	842,7	931,2	969,9	1345,6	1201,5	1300,0	1376,7
Амурская область	654,1	700,5	893,6	1379,1	1616,6	1687,8	1889,2	1947,4
Магаданская область	110,7	199,0	244,2	298,3	382,7	402,2	337,1	223,1
Сахалинская область	323,4	352,8	390,5	494,2	497,2	533,4	581,3	619,3
Еврейская авт. область	28,8	57,9	70,5	80,2	57,2	93,7	80,5	77,4
Чукотский авт. округ	1,2	9,4	9,8	10,2	9,4	62,4	102,7	94,8
Итого по ДВФО	2652,6	3737,9	4795,0	5798,0	6848,0	7071,5	7371,4	7680,3

Согласно таблице 1 в 2009 году Приморский край был на седьмом месте по оказанию туристских услуг населению. Сумма составила 471,9 млн руб. Но начиная с 2010 года объем туристских услуг, оказанных населению, увеличился в полтора раза — 895,5 млн руб. и с каждым годом Приморский край увеличивает этот показатель. Эти данные позволяют сделать вывод о высоко развитии рынка туристских услуг в Приморском крае [4].

К одним из перспективных направлений туризма относится индивидуальный туризм. С появлением новых информационных технологий и систем стало проще путешествовать. Путешественники самостоятельно могут забронировать отель, приобрести билеты и составить маршрут, урегулировать визовые формальности. Среди самых популярных информационных систем выделяются: «Booking.com», «trivago», «AviaSales», «Skyscanner», «Couchsurfing», «Biletix» и другие.

Но не только с информационными технологиями связаны все больше набирающие популярность самостоятельные путешествия. На это влияют такие факторы как: разнообразие направлений; финансовая выгодность самостоятельных путешествий; свобода выбора отеля,

перевозки; нет привязки к интересам и графику туристской группы.

На данный момент некоторые авторы дают определение индивидуальному туризму, выделяя этот вид туризма в отдельную категорию.

Чаще всего в источниках индивидуальный туризм относят к отдельному виду туризма по количеству участников, что является не полным определением индивидуального туризма. Обобщая мнения авторов можно сформировать определение индивидуального туризма.

Индивидуальный туризм — это вид туризма, который предполагает путешествие количественным составом не более пяти человек по индивидуальным туристским программам, с учётом индивидуальных предпочтений туриста.

У любого товара или услуги есть достоинства и недостатки. Для того чтобы выяснить необходим ли тот или иной товар или услуга для рынка следует проанализировать сильные и слабые стороны предлагаемого продукта. Важнейшим преимуществом для индивидуальных туристов является эксклюзивная возможность посещать любые уголки мира в удобное для них время, срок пребывания тоже может выбираться произвольно.

Качественное отличие организованных индивидуальных туров заключается в том, что грамотные специалисты в туристской компании помогут разработать собственный

маршрут с учетом всех особенностей и специфики региона. Достоинства и недостатки индивидуальных туров представлены в таблице 2.

Таблица 2. Достоинства и недостатки индивидуальных туров

Достоинства индивидуальных туристских продуктов		
№ п/п	Название	Описание
1	Свобода выбора	Турист без ограничений может выбирать страны для посещения, даты вылета и возвращения на родину, времени пребывания в той или иной стране;
2	Удобный перелет/проезд	Выбирается любой удобный аэропорт, авиакомпания, время вылета и прибытия на родину;
3	Привилегии	Возможность использования бонусных систем постоянных клиентов авиакомпаний;
4	Индивидуальный маршрут	Полная свобода в выборе места и времени поездки;
5	Индивидуальная программа	Индивидуальные туристы сами выбирают себе ежедневную программу отдыха;
6	Возможность уединения	Выбор отеля, курорта или города, где существует возможность уединения от посторонних лиц;
7	Индивидуальные услуги	Трансфер собственный гид/переводчик;
8	Отсутствие очередей и ожиданий	Например, при заселении и выезде из отеля, при ожидании автобуса в холле отеля;
9	Персональный подход в любой момент времени	Круглосуточная помощь.
Недостатки индивидуальных туристских продуктов		
1	Цена	Превышает стоимость группового пакетного тура;
2	Время	Для подготовки и разработки индивидуального тура требуется больше времени;
3	Документы	Пакет документов для индивидуального выезда за границу несколько больше.

По таблице 2 можно сделать вывод, что преимуществ у индивидуальных туров больше, чем недостатков. Выше представленная информация позволяет судить о высокой конкурентоспособности индивидуальных туров.

Для разработки рекомендаций по развитию и продвижению индивидуальных туров в туристских фирмах Приморского края проведено исследование в периоде с февраля по апрель 2018 года. Проанализированы туристские фирмы Приморского края по наличию в них предложений по индивидуальным турам. Проанализированы 191 туристские фирмы. Отобраны туристские фирмы, занимающиеся туризмом за рубежом и организующие туры по Приморскому краю. Выявлено 106 туристских фирм, организующих индивидуальные туры — это 55,5 % от всех проанализированных туристских фирм и 85 фирм не занимающихся индивидуальными турами — это 44,5 % от общего числа туристских фирм, отобранных для анализа.

Туристских фирм, организующих индивидуальные туры за рубежом больше половины из всех туристских фирм, занимающихся выездным туризмом. Индивидуальные туры являются наиболее дорогостоящими, поэтому туристские фирмы не ставят их организацию и продвижение в приоритет.

В Приморском крае индивидуальные туры предоставляют и продвигают в своих информационных источниках следующие компании:

- Туристская компания «CoralTravel» предоставляет отдых премиум-класса. Отдел Coraleliteservice разрабатывает индивидуальные туры по России, Турции, Таиланду, ОАЭ, Индонезии, Болгарии, Греции, Испании, Тунису, Марокко, Доминиканской Республике, Шри-Ланке, Мальдивским островам;
- Туроператор «Чемодан»;
- Туристическая компания «Дальинтур Траст» организует уже готовые VIP-туры и по запросу клиента;
- Турагентство «Астурия» предлагает индивидуальный готовый тур «Краски осени» в Южную Корею;
- Туристские фирмы «Хорус», «Дальний восток», «ВладТурист», «Клетка» занимаются внутренним туризмом и организацией индивидуальных туров по Приморскому краю.

Всего 8 из 106 проанализированных туристских фирм Приморского края, предоставляющих индивидуальные туры, занимаются их продвижением. У остальных 98 туристских фирм присутствует только упоминание об индивидуальных турах, но нет конкретных разработок и продвижения.

Для выяснения процентного соотношения самостоятельных путешественников и туристов, путешествующих через туристскую фирму, проведено анкетирование клиентов одной из туристских фирм города Владивостока «Аррива», предоставляющей индивидуальные туры. Анкета состоит из 14 вопросов и всего опрошено 126 человек. Среди 126 опрошенных 30 процентов путешествуют самостоятельно, а 70 процентов пользуются услугами туристских фирм, что позволяет судить о востребованности помощи туристских фирм в организации путешествий.

На вопрос, путешествовали ли респонденты по индивидуальным турам, 92 процента ответили — нет. Среди причин, почему клиенты не путешествовали таким образом можно выделить:

- плохая информированность клиентов о возможностях индивидуального тура;
- высокая стоимость индивидуального тура;
- в туристских компаниях нет разнообразия стран для организации индивидуального тура;
- непрофессиональная организация индивидуальных туров сотрудниками туристских фирм.

Для 60 процентов клиентов никогда не поступали предложения об индивидуальных турах. Для 31 процента опрошенных предложение впервые организовать индивидуальный тур поступила от туристской фирмы «Аррива».

Большинство клиентов — 81 процент, ответили, что не знают готовы ли они путешествовать только индивидуальными турами. Причиной тому является вышеуказанная статистика о том, что 60 процентам опрошенных в туристских компаниях, никогда не предлагали организацию индивидуального тура. Сформированное предложение компании «Аррива» в данном случае имеет высокую конкурентоспособность, поскольку для большинства клиентов предложение является совершенно новым, нетипичным для большинства туристских компаний.

Заключительным вопросом в анкете является вопрос о том, на что, прежде всего, обращают внимание клиенты при выборе туристской фирмы, с которой собираются отправиться в путешествие. Больше всего опрошенные обращают внимание на отзывы в сети интернет — 33 процента, на рекомендации друзей обращают 28 процентов опрошенных, на продолжительность существования туристской фирмы обращают 25 процентов опрошенных.

Обобщая результаты анкетирования можно сделать вывод, что большинство опрошенных никогда не путешествовали по индивидуальным турам, но для них и предложений не было со стороны туристских компаний. Одним из самых важных показателей для респондентов является информация в сети Интернет, но как выяснено всего 8 из 106 туристских компаний, предоставляющих индивидуальные туры, используют свои сайты для их продвижения.

На рынке туристских услуг Приморского края уже работает большое количество туристских компаний и с каждым годом показатель только увеличивается, растет конкурентоспособность и туристы уже выбирает

компанию для организации путешествий только по стоимости, по выгоды и не всегда по качеству туристских услуг, а туристские услуги в свою очередь дублируются у компаний. Для туристских фирм предлагается обратить внимание на организацию и продвижение индивидуальных туров.

В организации индивидуальных туров, прежде всего, нужно выработать индивидуальный подход. Для этого рекомендуется:

- а) сформировать алгоритм формирования индивидуального тура. В этом пункте важно обратить внимание на то, для кого формируется тур. Это может быть один человек или семья, поездка друзей и прочее. Цели поездки в данном случае также разнообразны, то есть не нужно предлагать индивидуальному туристу все подряд услуги, а сфокусироваться на его предпочтениях;
- б) ускорить организацию индивидуального тура. Индивидуальные туристы в большей степени ценят свое время, поэтому и требуют более внимательного подхода. Но на качестве организации это не должно отражаться;
- в) обучить специалистов для организации только индивидуальных туров. Тот пункт, который позволит сократить время формирования тура и повысит его качество. Особенно здесь стоит обратить внимание на обучение профессионалов принимающей стороны;
- г) увеличить географию направлений индивидуальных туров. Направления индивидуальных туров должны отличаться от предложений групповых туров, они должны быть более экзотическими. Тем не менее, если это и распространенные направления, то услуги внутри страны должны быть усовершенствованы и их количество нужно увеличить.

Для продвижения индивидуальных туров рекомендуется:

- 1) сформировать примеры индивидуальных туров и наглядно представить их на сайте. Это, например, могут быть недолгие видеоролики, в которых показаны преимущества индивидуальных туров;
- 2) подготовить и проводить презентации и выставки для постоянных клиентов компании. Здесь важно сделать такие презентации не скучными (у клиентов должно появиться желание путешествовать только индивидуальными турами) для клиентов, но информативными;
- 3) раз в 3–6 месяцев проводить рекламные кампании, которые способны четко отобразить преимущества индивидуальных туров.

Таким образом, формирование и продвижение индивидуальных туров помогут туристской фирме привлечь на себя внимание среди потенциальных клиентов, сформировать базу постоянных клиентов и создать конкурентное преимущество среди множества туристских фирм. И не стоит оставлять без внимания тот факт, что туристы

становятся все более самостоятельными в организации своих путешествий, сейчас невероятное количество различных систем, мобильных приложений, которые помогают организовать путешествие не хуже,

чем с турфирмами, и у опытных путешественников оно выходит даже дешевле и разнообразнее. А в таком случае туристская фирма сможет привлечь на себя внимание и самостоятельных путешественников.

Литература:

1. Ростуризм. [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму: официал.сайт — <https://www.russiatourism.ru/content/9/section/85/detail/13464/>
2. UNWTO_World Tourism Barometer. — Volume 16. — January 2018. — P. 1.
3. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (действующая редакция, 2018). [Электронный ресурс]: // СПС «КонсультантПлюс» — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW
4. Официальная статистика. 2018 год. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт — http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

VI Международная научная конференция

г. Москва, июнь 2018 г.

Сборник статей

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е. А. Шишков*

Верстка: *О. В. Майер*

Подписано в печать 24.06.2018. Формат 60x90 ¹/₈.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 5,6. Уч.-изд. л. 6,0. Тираж 300 экз.

Издательский дом «Буки-Веди», г. Москва

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»
420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.