



КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ
ФГБОУ ВО
"РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА"

СФЕРА УСЛУГ: ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО

SERVICES SECTOR: INNOVATION AND QUALITY

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



Сфера услуг: инновации и качество

Services sector: innovation and quality

№ 50, 2020

Научно-практический журнал

Периодичность – 6 раз в год

Доступ к электронной версии <http://journal.kfrgteu.ru>

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) Эл № ФС77-44842

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Издатель:

Краснодарский филиал ФГБОУ ВО "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова"

Главный редактор:

Г.Л. Авагян, доктор экономических наук, профессор

Зам. главного редактора:

Е.О. Горещкая, доктор экономических наук, профессор

Редакционный совет:

Р.Л. Агабекян, доктор экономических наук, профессор

Г.Л. Баяндурян, доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Белкина, доктор экономических наук, доцент

В.В. Бондаренко, доктор экономических наук, доцент

Л.А. Воронина, доктор экономических наук, профессор

А.А. Воронов, доктор экономических наук, доцент

Е.В. Горшенина, доктор экономических наук, профессор

Т.А. Джум, кандидат технических наук, доцент

А.В. Петровская, кандидат экономических наук, доцент

А.З. Рысьмятов, доктор экономических наук, профессор

Т.П. Хохлова, кандидат экономических наук, доцент

З.А. Шарудина, кандидат экономических наук, доцент

Верстка: С.И. Холодионова

Корректор: А.С. Гимадеева

Редакция журнала: 350002 Краснодар, ул. Садовая, 23, телефон/факс (861) 201-10-71

Адрес в Internet: [http:// journal.kfrgteu.ru/](http://journal.kfrgteu.ru/) e-mail: reakf_publicaciya@mail.ru

© РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

©Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2011

Возрастные ограничения: 16+

Статьи рецензируются

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Сфера услуг: инновации и качество», допускается только с письменного разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

1. <i>Веселов Д. С., Коршикова А. И.</i> Анализ современного состояния и перспектив развития международной валютной системы	4
2. <i>Веселов Д. С., Лантева Е. Л.</i> Прогноз развития российского экспорта на основе анализа его динамики в 1995-2019 гг.....	15
3. <i>Денисова Н.И., Штезель А.Ю., Штезель Д.А.</i> Анализ сбыта косметической продукции	24
4. <i>Денисова Н.И., Штезель А.Ю.</i> Состояние и тенденции развития косметического рынка.....	35
5. <i>Ермакова Ю.С., Гирская К.А.</i> Экономические последствия пандемии коронавируса и их влияние на состояние бюджетов бюджетной системы РФ	52
6. <i>Козловская С.А., Климова Е.А.</i> Траектория развития приватизации в России в 90-е годы XX века	62
7. <i>Кутин М.В., Джинджолия Л.Г.</i> Конкурентная стратегия предприятия. Выбор конкурентной стратегии	69
8. <i>Михайлова Л.С., Джинджолия Л.Г.</i> Банковская система и её структура	80
9. <i>Насыбулина В.П., Джинджолия Л.Г.</i> Поддержка малого и среднего бизнеса в России и Краснодарском крае в 2020 году.....	90
10. <i>Насыбулина В.П., Кравцова П.В., Потапова А.Д.</i> Сравнительный анализ японской и российской моделей рынка труда	104
11. <i>Насыбулина В.П., Пидяшова А.А., Маркосян О.Р.</i> Безработица и проживание на пособие по безработице в Краснодаре	113
12. <i>Пантелеева О.Б., Мороз Л. С.</i> Оптимизация потребительских предпочтений.....	123

УДК 339.7

*Веселов Д. С.,
к. э. н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Коришкова А. И.,
магистрант
направления подготовки «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ВАЛЮТНОЙ СИСТЕМЫ

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL MONETARY SYSTEM

Аннотация: В научной статье анализируются перспективы развития международной валютной системы. Выявляются проблемы, характерные для современной, Ямайской, валютной системы. Проводится критический анализ различных сценариев развития международных валютных отношений. Делается вывод, что в кратко-и среднесрочной перспективе кардинальные изменения в валютной системе не произойдут и доллар США сохранит за собой доминирующее положение в мировой экономике.

Abstract: The scientific article analyzes the development prospects of the international monetary system. The problems that are characteristic of the modern, Jamaican, monetary system are identified. A critical analysis of various scenarios of the development of international monetary relations is carried out. It is concluded that in the short and medium term, dramatic changes in the currency system will not occur and the US dollar will retain its dominant position in the global economy.

Ключевые слова: мировая валютная система, международные расчеты, валютные резервы, государственный долг, дефицит торгового баланса, золотой стандарт.

Keywords: world monetary system, international settlements, foreign exchange reserves, government debt, trade deficit, gold standard.

Международные валютные отношения являются одной из форм международных экономических отношений (МЭО). Международные валютные отношения необходимы в первую очередь для обслуживания функционирования других форм МЭО: международной торговли и международного движения капитала. В условиях глобализации мирового хозяйства, нашедшего свое выражение в многократном увеличении объемов международных хозяйственных связей, роль международных валютных отношений постоянно возрастала.

Современная архитектура международных валютных отношений создана на базе Ямайской валютной системы. Отличительными чертами Ямайской валютной системы являются:

- 1) система свободно плавающих валютных курсов, зависящих от соотношения спроса и предложения на валюту на рынке;
- 2) полная демонетизация золота, отсутствие золотого паритета у какой-либо валюты, в том числе и доллара США;
- 3) возможность монетарного стимулирования экономики посредством регулирования денежной массы, находящейся в обращении [1, с. 16].

Ямайская валютная система была официально учреждена в 1976 г. и к настоящему времени накопила целый ряд противоречий. Механизмы регулирования валютных курсов позволяют странам занижать курс национальной валюты с целью получения конкурентных преимуществ на мировых рынках. Это приводит к значительным противоречиям между странами мира, выражающимся как в «валютных войнах», так и торговых конфликтах. Также не все страны устраивает ситуация, когда некоторые государства, осуществляющие эмиссию резервных валют, получают за счет этого значительные конкурентные преимущества в международной торговле, позволяющие себе иметь глубоко отрицательное сальдо торгового баланса.

Много вопросов вызывает и роль доллара США в мировой экономике. Доллар в настоящее время является ведущим международным платежным средством, обеспечивает большую часть расчетов в мировом хозяйстве. На начало 2019 г. общий объем валютных резервов стран мира составлял 10,73 трлн. долл. США. Валютная структура международных резервов в динамике представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика структуры мировых валютных резервов, в %

	Доллар	Евро	Йена	Фунт стерлингов	Юань	Франк (Швейцария)	Прочие
2002	66,5	24,2	4,5	2,9	-	0,3	1,6
2010	61,8	26	3,7	3,9	-	0,2	4,4
2018	61,7	20,7	5,2	4,4	1,9	0,1	6

Источник: [3].

Из данных таблицы 1 видно, что доллар США, несмотря на некоторое сокращение своей доли в международных резервах, продолжает занимать доминирующее положение. В исследуемом периоде его доля несколько сократилась, но по-прежнему продолжает оставаться доминирующей, превышая 60%. Доля евро, наоборот, сократилась с 24,2% по итогам 2002 г., когда данная валюта была введена в обращение, до 20,4% по итогам 2018 г. Существенно увеличилась доля прочих валют в резервах государств (с 1,6% до 6%).

Тем не менее, у финансовых систем как США, так и ЕС существуют значительные финансовые проблемы. Они связаны в первую очередь с гигантской долговой нагрузкой, характерной для бюджетных систем данных государств. Так, по данным на начало 2020 г., государственный долг США составляет около 23,5 трлн. долл., что эквивалентно 110% ВВП страны. Государственный долг стран ЕС в целом немного ниже и составляет 84,2% от ВВП. Тем не менее, у целого ряда стран ЕС долговая нагрузка является значительно более высокой, чем у США. Так, уровень государственного долга в Греции достигает 124,2% от ВВП, в Италии – 122,4%, в Португалии – 120,9% [4]. Столь высокий уровень государственного долга в странах, осуществляющих эмиссию мировых резервных валют, вызывает значительные опасения у экспертного сообщества в отношении обеспечения устойчивости современной мировой валютной системы.

Среди других проблем Ямайской МВС можно назвать:

1. Превращение валюты из средства обмена в самостоятельный товар, купля - продажа которого осуществляется на мировом валютном рынке Форекс.
2. Учащение валютно-финансовых кризисов как в отдельных странах, так и целых регионах мира.

3. Формирование глобальных мировых диспропорций, когда некоторые государства, обладающие резервными валютами (в первую очередь США) могут иметь хронически дефицитное сальдо торгового и платежного балансов, тогда как другие (Россия, Китай, страны Персидского залива), наоборот, имеют хронически положительное сальдо.

4. Присвоение странами, обладающими резервными валютами, эмиссионного дохода.

5. Необходимость искусственного поддержания курса резервных валют, и в первую очередь доллара США, центральными банками стран мира, которые уже обладают значительными резервными активами, номинированными в данных валютах.

6. «Валютные войны» или «парад девальваций», когда государства пытаются искусственно занижить курсы своих национальных валют с тем, чтобы получить конкурентные преимущества на внешних рынках.

7. Снижение роли и значимости МВФ как ведущей организации, осуществляющей регулирование МВС.

В механизмах Золотого стандарта, а также Бреттон-Вудской валютной системы был заложен принцип фиксированных валютных курсов. Это означало, что курсы валют были четко привязаны друг к другу. В рамках Бреттон-Вудской валютной системы допускались лишь единоразовые девальвации и ревальвации, после осуществления которых валютные курсы вновь жестко фиксировались. В результате, операции купли – продажи валюты на мировом рынке в первую очередь были обусловлены ее необходимостью для обслуживания реальных внешнеэкономических операций: международной торговли и международного движения капитала.

Вследствие провозглашения в рамках Ямайской валютной системы принципа свободно плавающих валютных курсов, после 1976 г. появилась возможность совершения спекулятивных операций на валютном рынке. Валюта сама по себе превратилась в специфический товар, цена которого (то есть валютный курс) зависит от соотношения спроса и предложения на валютном рынке. Таким образом, основной целью сделок по купле-продаже на мировом валютном рынке Forex стала уже не необходимость обслуживания реального сектора экономики и международных экономических связей, а игра на разнице валютных курсов при операциях по покупке и продаже. В результате ежедневный оборот мирового рынка Forex увеличился с 5 млрд. долл. в 1977 г. до 600 млрд. долл. в 1987 г. и 6,3 трлн. долл. в 2019 г. [2].

Статистические данные свидетельствуют, что после учреждения современной

Ямайской валютной системы число валютно-финансовых кризисов как в отдельных странах мира, так и целых регионах многократно увеличилось. Это связано с целым рядом факторов, среди которых можно выделить либерализацию мирового рынка капиталов, снятие значительного количества валютных ограничений, увеличение объемов перемещения спекулятивного краткосрочного капитала. Валютные кризисы характерны в первую очередь для развивающихся рынков, емкость которых является относительно невысокой. В случае значительного оттока капитала с фондового рынка за рубеж спрос на мировые резервные валюты начинает резко превышать предложение. В условиях ямайской валютной системы, которая характеризуется свободно плавающими валютными курсами, курс национальной валюты начинает резко падать. Так было во время Азиатского валютного кризиса 1997-1998 гг., когда курсы валют многих стран Юго-Восточной Азии были девальвированы по отношению к доллару США. Таким образом, можно сделать вывод, что сама система свободно плавающих валютных курсов формирует предпосылки для учащения валютных кризисов в странах мира.

Крупнейшей страной мира, обладающей значительным хроническим дефицитом платежного баланса, являются США. Начиная с 1976 г. торговый баланс США, являющийся важнейшей составной частью платежного баланса, был дефицитным (объем импорта товаров и услуг превышал объем их экспорта в денежном выражении). Динамика дефицита торгового баланса США представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Динамика дефицита торгового баланса США, млрд. долл.

1976 г.	1980 г.	1985 г.	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.
-6,082	-19,407	-121,880	-80,864	-96,384	-378,780	-364,393	-420,524
2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
-494,183	-609,345	-714,176	-759,240	-702,099	-698,802	-374,908	-497,824
2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
-576	-540	-480	-505	-531,5	-500,6	-566	-621

Источник: [5].

Данные таблицы 2 свидетельствуют, что начиная с 1976 г., когда, собственно, и была учреждена современная Ямайская валютная система, торговый баланс США носит дефицитный характер. При этом дефицит финансируется фактически за счет дополнительной эмиссии ничем не обеспеченных долларов, которые, тем не менее, принимаются к оплате всеми странами мира.

Таким образом, США, за счет использования доллара в международных расчетах и резервах, получают значительный эмиссионный доход, контролируют мировую финансовую систему, выступают в качестве крупнейшего финансового центра мира. Проблема бюджетного дефицита также может решаться посредством увеличения баланса ФРС, и это не приводит к резкому росту инфляции, поскольку вновь созданная валюта уходит на внешние рынки. Таким образом, США фактически осуществляют «экспорт инфляции».

Многим странам мира, и в первую очередь с экспортоориентированной моделью экономики, таким как Китай, Малайзия, Тайланд и т. д., не выгоден высокий курс национальной валюты. Укрепление валютного курса приводит к удорожанию стоимости товаров на международном рынке. Поэтому для экспортеров выгоден, наоборот, низкий курс национальной валюты, который делает их товары более конкурентоспособными на мировом рынке. Поэтому в ряде государств, и в первую очередь в Китае, проводится государственная политика по искусственному занижению курса национальной валюты с целью стимулирования своего экспортного потенциала. В результате ответных действий со стороны своих внешнеторговых партнеров можно говорить о так называемых «валютных войнах». Особенно актуальной данная проблема стала во время мирового экономического кризиса, когда объем мирового спроса существенно снизился, а, следовательно, и усилилась ценовая конкуренция на международных рынках. В данном случае побеждали те производители, в чьих странах курс национальной валюты был ниже равновесного значения. В валютных войнах в скрытой форме участвуют также США и страны ЕС. В России в настоящее время Правительство также считает нежелательным существенное укрепление курса рубля по отношению к текущим уровням.

В последние десятилетия роль фактически всех организаций в регулировании международных экономических отношений заметно снизилась. Так, например, целый ряд стран мира, и в первую очередь США, не соблюдают нормы и договоренности в рамках ВТО, допуская на своем рынке дискриминацию зарубежных товаров. Что касается непосредственно МВФ, то в последнее время наблюдается продолжение политизации деятельности организации, что серьезно подрывает к ней доверие со стороны многих государств. Так, Украина, несмотря на отказ от выплаты России долга в размере 3 млрд. долл. США, продолжала получать финансовые средства от МВФ, хотя это не соответствует уставу организации.

В 2016 г. все же произошел очередной пересмотр квот в рамках МВФ. Однако, доля США в фонде сократилась лишь незначительно. В результате США продолжают

контролировать блокирующий пакет голосов, обладая более чем 17% совокупных квот. С другой стороны, предоставление финансовой помощи по линии МВФ обязывает государства выполнять рекомендации фонда, которые во многом носят антисоциальный характер, направлены на сокращение бюджетных расходов в первую очередь по социально ориентированным статьям.

Все вышеобозначенные проблемы привели к тому, что многие видные финансисты и экономисты постоянно находятся в поиске сценариев дальнейшего развития мировой валютной системы, предлагают свое видение решения сложившихся проблем. Предлагаются следующие варианты развития событий:

- 1) возвращение к золотому стандарту;
- 2) моновалютная система на основе доллара США;
- 3) двухвалютная система на основе доллара и евро;
- 4) поливалютная система на основе относительно большого количества основных резервных и региональных валют;
- 5) система, предполагающая создание единой мировой резервной валюты, в качестве которой выступают специальные права заимствования.

В рамках нашего исследования проведем критический анализ предлагаемых вариантов развития мировой валютной системы (МВС).

Возвращение к системе золотого стандарта кажется нам крайне маловероятным. Причины этого состоят в следующем:

1. Национальные центральные банки потеряют возможность полноценно реализовывать меры кредитно-денежного стимулирования экономики. Денежная масса будет ограничена объемами золота, находящегося в распоряжении центрального банка. Объем денежной эмиссии будет привязан к объемам золотодобычи, что в современных условиях не позволит контролировать развитие инфляционных процессов, осуществлять контрциклическое регулирование экономики, увеличивая государственные расходы и денежное предложение в условиях финансово-экономических кризисов.

2. Операции на фондовом рынке с фьючерсными контрактами и другими деривативами станут фактически невозможны ввиду отсутствия необходимой для этого не обеспеченно золотом денежной массы.

Сторонники возвращения к золотому стандарту считают, что мировая валютная система станет более устойчивой, стабильной. Возможности финансовых спекуляций будут сведены к минимуму. Однако преимущества получат в первую очередь не те страны, которые обладают современной, высокотехнологичной экономикой, а те,

которые обладают максимальными золотыми резервами. В целом мы считаем, что возврат к золотому стандарту в современных условиях функционирования финансовой системы фактически невозможен. Внедрение «нового золотого стандарта» может привести к значительному сокращению доходов как инвесторов, так и населения развитых стран мира, являющихся активными игроками на фондовом рынке.

Полноценная реализация поливалютной системы на основе относительно большого количества основных резервных и региональных валют также имеет мало шансов на практической воплощение. Дело в том, что преимущественное использование в международной торговле нескольких ведущих валют, и в первую очередь доллара США, является крайне удобным, в том числе и с чисто технической точки зрения.

Во-первых, мировые цены должны быть номинированы в какой-либо одной валюте для того, чтобы можно было отслеживать динамику цен, сопоставлять их с ценами на другие товары, в том числе товары-заменители. Это приводит к тому, что и в международной торговле удобно рассчитывать именно в той валюте, в которой номинированы цены на данные товары. В случае использования любой другой валюты, будет формироваться определенная курсовая разница, необходимо будет осуществлять дополнительные конверсионные операции, которые могут привести к определенным финансовым потерям. В случае расчетов с использованием неустойчивых валют, продавцы будут требовать дополнительную маржу с целью компенсации потенциальных потерь от изменения валютных курсов.

Во-вторых, осуществлять международные расчеты в одной валюте намного удобнее, чем с использованием целого ряда различных валют. Для осуществления расчетов в национальных валютах будет необходимо сформировать значительные резервы во множестве валют, что является крайне неудобным и финансово невыгодным, так как курсы валют могут постоянно меняться относительно друг друга. Так, например, если Россия захочет приобрести какие-либо товары у Монголии, то расплачиваться будет необходимо тубриками. При этом получить их будет возможно за счет экспорта российских товаров в Монголию. Но если объемы экспорта в Монголию будут меньше необходимого импорта, то в России образуется дефицит тубриков, в результате чего будет необходимо либо сокращать объемы импорта, либо брать у Монголии кредит.

Таким образом, можно сделать вывод, что осуществление международных расчетов в одной, либо нескольких основных валютах, намного удобнее, чем расчеты с использованием множества национальных валют. Отпадает необходимость поддержания равновесных торговых балансов со всеми странами-торговыми партнерами, а также поддержания валютных резервов во множестве национальных валют. Осуществление международных расчетов значительно упрощается.

Что касается полноценного использования единой, наднациональной, резервной валюты в системе международных расчетов, то данный вариант развития международных валютных отношений вряд ли будет реализован в первую очередь по политико-экономическим причинам. В условиях, когда в международных расчетах и резервах преобладает всего несколько валют (и в первую очередь доллар США и евро), то данные страны получают возможность использовать целый ряд преимуществ, которые им дает эмиссия резервной валюты. Во-первых, данные страны могут длительный период времени сохранять дефицит торгового и платежного балансов, который финансируется за счет эмиссии центрального банка.

Абсолютно очевидно, что власти США устраивает ситуация, когда доллар выступает в роли международного резервного и расчетного средства. В случае же, если начнет полноценно использоваться наднациональная платежная единица, то США лишатся всех своих преимуществ в валютно-финансовой сфере, что для страны абсолютно не допустимо. США будут лоббировать свои финансовые интересы, в том числе и посредством применения военной силы и политического давления. Именно поэтому мы считаем маловероятным сценарий введения какой-либо наднациональной денежной единицы.

Мы считаем, что в кратко-и среднесрочной перспективе мировая валютная система, несмотря на наличие значительного количества проблем, не претерпит кардинальных изменений. Ведущей мировой валютой, наиболее активно используемой как для обеспечения международных расчетов, так и формирования международных резервов, останется доллар США. Роль доллара в мировой экономике в настоящее время подкрепляется не только финансово-экономической, но и военно-политической мощью государства.

Другим важным фактором сохранения долларом своего статуса является удобство использования одной валюты для обеспечения функционирования международных экономических отношений. Сам смысл использования денег

заключается в том, что они выступают в качестве всеобщего эквивалента, способствуя упрощению обмена одних товаров на другие. Доллар в настоящее время выполняет функцию международных денег, способствуя облегчению обмена товарами между странами мира. Использование же в международных расчетах большого количества валют нецелесообразно.

Как мы выяснили, экономика и финансовая система США имеют целый ряд проблем, в том числе связанных с долговой нагрузкой. Но в современных условиях реальная альтернатива доллару США отсутствует. После полноценного введения евро в обращение в 2002 г. многие эксперты предполагали, что единая европейская валюта может потеснить доллар США в мировой экономике. И действительно, до 2010 г. роль евро в международных резервах и расчетах постепенно увеличивалась. Однако, в настоящее время абсолютно очевидно, что экономика ЕС имеет еще большее количество проблем, чем экономика США. Это связано с тем, что уровень экономического развития стран, которые были приняты в Еврозону, значительно различается, что приводит к формированию существенных диспропорций и долговых кризисов. Наиболее ярким примером является греческий долговой кризис, который окончательно не разрешен до сих пор. В рамках всего ЕС сложнее принимать согласованные решения в отношении экономики и финансов, чем в США.

Понимание того, что в ЕС финансово-экономические проблемы не меньше, а, наоборот, даже более ярко выражены, чем США, привело к тому, что доля евро в международных резервах не только перестала расти, но даже, наоборот, начала снижаться. Доля японской йены и английского фунта стерлингов, как правило, не превышают 5% в международных валютных резервах.

В течение периода с 2002 по 2018 гг. доля прочих валют в международных резервах увеличилась с 1,6% до 6%. Мы считаем вполне вероятным, что данный тренд продолжит свое развитие, и в дальнейшем доля прочих валют продолжит постепенно возрастать. Однако, это не означает, что будет реализована полноценная поливалютная система международных расчетов. Риски использования большого количества валют в международных расчетах значительно выше, чем риски использования доллара США.

Если обратиться к перспективам использования рубля в международных расчетах, то в период 2014-2018 гг. перспективы его становления как международной резервной валюты значительно ухудшились. Причиной тому стали как чисто финансово-экономические, так и политические проблемы. Резкое снижение мировых

цен на нефть привело к серьезной девальвации курса рубля, что, конечно же, недопустимо для свободно конвертируемой валюты. Введение экономических санкций по отношению к России и ухудшение как торгово-экономических, так и финансовых отношений со странами Запада как минимум откладывает на неопределенный срок перспективы включения рубля в корзину СДР.

Список литературы:

1. Веселов, Д. С. Режимы валютного курса и методы его регулирования/ Д. С. Веселов, О. Е. Актемирова Сфера услуг: инновации и качество.- 2018.- № 36.- С. 15-20.
2. Банк международных расчетов – Режим доступа: <https://www.bis.org/statistics/bulletin1912.htm>
3. Доля доллара в международных резервах упала до минимума за 20 лет – Режим доступа: <https://eaily.com/ru/news/2019/06/14/dolya-dollar-v-mezhdunarodnyh-rezervah-upala-do-minimuma-za-20-let>
4. Статистический сборник Евростата – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/10315118/KS-FT-19-009-EN-N.pdf/6f26c2ab-6a33-bdf1-0b7e-ec328e286751>
5. Торговый баланс США – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2>
6. Центробанки сократили резервы в долларах в пользу юаня и йены – <https://www.rbc.ru/economics/03/04/2019/5ca4afad9a794701f784509d>

УДК 339.5

*Веселов Д. С.,
к. э. н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Липтева Е. Л.,
магистрант
направления подготовки «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

**ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА
ЕГО ДИНАМИКИ В 1995-2019 ГГ.**

**FORECAST OF RUSSIAN EXPORT DEVELOPMENT BASED ON ANALYSIS OF
ITS DYNAMICS IN 1995-2019.**

Аннотация: В научной статье проводится анализ развития экспорта России в период с 1995 по 2019 гг. Выявляется зависимость динамики экспорта от мировых цен на энергоносители. Делаются выводы о высокой корреляционной зависимости стоимостных объемов экспорта от конъюнктуры мировых сырьевых рынков. Оценивается влияние распространения коронавирусной инфекции на темпы мирового экономического роста. Делаются выводы, что в условиях экономического спада в мире, а также прекращения сделки в рамках ОПЕК+, стоимостные объемы экспорта России по итогам 2020 г. могут снизиться вплоть до 50%, что повлечет за собой значительные негативные последствия для национальной экономики и бюджетной системы.

Abstract: The scientific article analyzes the development of Russian exports in the period from 1995 to 2019. The dependence of export dynamics on world energy prices is revealed. Conclusions are made about the high correlation dependence of the value of export volumes on the situation in world commodity markets. The impact of the spread of coronavirus infection on global economic growth is estimated. It is concluded that in the conditions of the global economic downturn, as well as the termination of the transaction under OPEC +, the value of Russia's exports by the end of 2020 may fall by up to 50%, which will entail significant negative consequences for the national economy and budget system.

Ключевые слова: экспорт, динамика экспорта, цены на энергоносители, коронавирус, ОПЕК, рецессия.

Key words: export, export dynamics, energy prices, coronavirus, OPEC, recession.

В настоящее время экономика России, как и большая часть других стран мира, переживает кризисные явления вследствие развития пандемии коронавируса. Ограничительные меры, которые призваны препятствовать распространению вируса, оказывают крайне негативное влияние на состояние международных производственно-экономических связей. Многие промышленные предприятия вынуждены простаивать в течение нескольких месяцев, либо работать в ограниченном режиме, что негативно сказалось на функционировании международных воспроизводственных цепочек.

В настоящее время эпидемиологическая ситуация в мире значительно ухудшается. Число случаев заражения коронавирусом в мире резко возрастает. Фактически в мире началась так называемая «вторая волна» заболевания, которая по своим масштабам вполне может превзойти первую. Угроза «локдауна» вновь нависла над отечественными компаниями, в том числе теми, которые носят экспортоориентированный характер.

Ухудшение экономической ситуации, падение объемов производства, рост безработицы неизбежно приведут как к снижению уровня доходов населения, так и бизнеса, что неизбежно будет иметь следствием сокращение совокупного спроса в экономике, в том числе и на импортные товары.

В начале нашего исследования проанализируем динамику и товарную структуру российского экспорта в период с 1995 по 2019 гг., что позволит нам в дальнейшем сделать прогноз развития экспорта с учетом современных экономических реалий.

В таблице 1 представлена динамика экспорта РФ в период с 1995 по 2019 гг. Приведенные статистические данные сформированы по методологии платежного баланса на основании статических сведений ЦБ РФ.

Первый вывод, который необходимо сделать, состоит в том, что в течение исследуемого периода величина экспорта из РФ увеличилась на 342,2 млрд. долл. США (424,6 млрд. долл. США - 82,4 млрд. долл. США = 342,2 млрд. долл. США). В процентном выражении рост составил 515,3 %. Это говорит о том, что в течение исследуемого периода стоимостные объемы экспорта РФ возросли более чем в 5 раз.

Таблица 1.

Динамика экспорта РФ, млрд. долл. США

Годы	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Миллиардов долларов США																
экспорт	82,4	105	243,8	304,5	354,4	471,6	303,4	400,4	515,4	528,0	523,3	497,7	340,3	281,7	353,4	450,0	424,6
в т. ч. со странами дальнего зарубежья:	65,4	90,8	210,2	261,1	300,6	400,5	255,3	337,8	436,7	444,4	444,9	428,9	292,4	241,8	303,4	395,3	371,1
с государствами СНГ	16,98	14,3	33,5	43,4	53,8	71,1	48,2	62,6	78,7	83,6	78,4	68,8	48,0	39,9	50,0	54,6	53,5
в т. ч. со странами ЕАЭС	9,1	8,0	17,3	22,4	25,7	32,8	25,4	30,4	37,9	41,3	40,4	36,9	28,6	25,9	33,7	37,7	37,5
Справочно: среднегодовая цена на нефть марки «Brent», долл.	17,1	28,3	54,4	65,4	72,7	97,7	61,9	79,6	111,0	121,4	108,8	98,9	52,4	44,0	54,4	69,8	66,13
	В процентах к предыдущему году																
экспорт	122,3	139,0	133,1	125,0	116,8	133,1	64,3	132,0	131,3	102,4	99,1	95,1	68,4	82,5	125,2	125,8	94,0
в т. ч. со странами дальнего зарубежья:	126,7	142,8	137,4	124,3	115,5	133,2	63,7	132,3	130,9	101,7	100,1	96,4	68,2	82,7	125,3	127,7	93,9
с государствами СНГ	108,0	118,8	111,1	129,5	124,1	132,2	67,6	130,1	133,3	106,3	93,7	87,8	69,7	81,2	125,1	113,5	97,9
в т. ч. со странами ЕАЭС	108,7	155,1	105,7	138,7	114,7	127,6	77,4	127,3	124,7	109,0	97,8	90,5	77,5	90,6	126,9	103,1	99,4
Справочно: среднегодовая цена на нефть марки «Brent»	108,2	159,9	142,0	120,2	111,2	134,4	63,4	128,6	139,4	109,4	89,6	90,9	53,0	84,0	123,6	128,3	94,7

Источник: [1, 2].

Если проанализировать динамику экспорта в исследуемом периоде более детально, то необходимо отметить, что в период с 1995 по 2000 гг. он увеличился на 22,6 млрд. долл. США, или на 127,4% за 5 лет. Таким образом, среднегодовые темпы прироста составили в этот период около 5,5% ежегодно, что является достаточно низким показателем. Так, например, среднемировые темпы роста экспорта тот период составляли от 6 % до 7% ежегодно. Столь низкая динамика роста экспорта была обусловлена общим экономическим кризисом в стране, снижением объемов промышленного производства, в том числе и экспортоориентированного, а также низкой конъюнктурой цен на мировом рынке энергоносителей. Физические объемы экспорта нефти в тот период также сокращались.

В течение периода с 2000 по 2008 гг. наблюдается взрывной рост стоимостных объемов отечественного экспорта. В абсолютных величинах рост составил 366,6 млрд. долл. США, в относительном выражении – 449%, то есть увеличение произошло фактически в 4,5 раза. Таким образом, можно констатировать, что в данный период времени среднегодовые темпы прироста экспорта составляли от 20 до 35 %, что многократно превосходило среднемировой показатель.

Подобная динамика была обусловлена несколькими причинами. Во-первых, значительно выросли мировые цены на нефть. Если в 1999 г. цены на нефть на мировом рынке колебались вокруг отметки в 10-15 долл. США за баррель, то в 2008 г. они достигли исторического пика в 140 долл. США за баррель [3]. Среднегодовая цена нефти марки «Brent» в 2008 г. составила 97,7 долл. США за баррель, что явилось на тот момент абсолютным рекордом за всю историю. Во-вторых, одновременно с ростом экспортных цен на нефть происходило увеличение добычи «черного золота» и росли физические объемы экспортных поставок. Динамика экспорта топливно-энергетических товаров из РФ представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Экспорт топливно-энергетических товаров из РФ

Годы / Показатель	2000	2005	2010	2015	2018
Нефть сырая, млн. тонн	145	253	247	245	260
Нефтепродукты, млн. тонн	62,7	97,1	133	172	150
Газ природный, млрд. м ³	194	207	174	186	221

Источник: [4].

Данные таблицы 2 свидетельствуют, что в течение 2000-2005 гг. произошло резкое увеличение поставок на мировой рынок сырой нефти, нефтепродуктов и природного газа. При этом экспорт нефтепродуктов продолжил возрастать и после 2005 г., достигнув своего максимума в 2015 г. на уровне 172 млн. тонн. Увеличение экспорта нефтепродуктов в исследуемом периоде в 2,4 раза свидетельствует об увеличении нефтепереработки в стране и является положительным фактором развития обрабатывающей промышленности.

В-третьих, в исследуемом периоде времени на мировом рынке выросли цены не только на нефть и природный газ, но и на другие сырьевые товары, являющиеся традиционными предметами отечественного экспорта: черные и цветные металлы, удобрения, уголь и т. д. В-четвертых, экономический рост в стране, оживление промышленного производства привело к некоторому увеличению стоимостных объемов экспорта несырьевых товаров.

Однако, в 2009 г. произошел резкий спад экспорта с 471,6 млрд. долл. США до 303,4 млрд. долл. США. Таким образом, сокращение составило 168,2 млрд. долл. США, или 35,7% в относительном выражении. Столь резкое снижение экспорта было обусловлено падением цен на нефть на мировом рынке. В марте 2009 г. цена барреля нефти марки «Brent» пробивала отметку в 40 долл. США за баррель. Среднегодовая же цена нефти марки «Brent» составила 61,9 долл. США за баррель за счет некоторого восстановительного роста во втором полугодии 2009 г. Поэтому даже при сохранении физических объемов экспорта товаров на уровне, сопоставимом с показателями 2008 г, стоимость экспорта сократилась более чем на треть.

С 2010 г. начался новый виток роста стоимостных объемов национального экспорта. Основным драйвером роста в этот период опять стало увеличение мировых цен на нефть. На протяжении трех лет подряд, с 2011 по 2013 гг. среднегодовая цена на нефть марок «Urals» и «Brent» держалась на отметке, превышающей 100 долл. США за баррель. В тот же период можно отметить и стагнацию стоимостных объемов экспорта, правда, на исторически максимальных величинах, превышавших 500 млрд. долл. США [1].

В 2014 г. отмечается уже сокращение экспорта на 4,9% по отношению к уровню 2013 г. В 2015 г. падение экспорта усилилось: снижение достигло 31,6%. В 2016 г. снижение было уже существенно меньшим: около 17,5%. Сокращение стоимостных объемов экспорта в данный временной период было обусловлено целым рядом негативных внешнеэкономических факторов. Во-первых, опять резко снизились

мировые цены на нефть. В феврале 2016 г. они достигли своего минимума на уровне около 30 долл. США за баррель. Среднегодовые же цены на нефть марки «Brent» составили в 2015 г. 52,4 долл. США за баррель, а в 2016 г. 44 долл. США за баррель, то есть сократились более чем в 2 раза по сравнению с показателями 2011-2013 гг. Во-вторых, Россия была подвергнута экономическим санкциям со стороны США и стран Евросоюза, вследствие чего некоторые государства отказались от приобретения отечественных товаров. В-третьих, произошел фактический разрыв торгово-экономических отношений с Украиной, вследствие чего взаимный товарооборот стран сократился фактически в 4 раза.

Необходимо отметить, что девальвация рубля, которая была произведена в конце 2014 г. не привела к значительному увеличению экспорта из России несырьевых товаров, несмотря на то, что их цены в долларовом выражении сократились в два и даже более раза.

Что касается 2017-2018 гг., то этот период характеризовался восстановительным ростом российского экспорта. Основным драйвером опять оказались мировые цены на нефть, которые демонстрировали позитивную динамику. По итогам 2018 г. среднегодовая цена нефти марки «Brent» достигла 69,8 долл. США за баррель. Вследствие этого экспорт увеличился за два года на 168,3 млрд. долл. США в абсолютном выражении. Также определенный вклад в рост экспортных поставок внес возросший вывоз сельскохозяйственной продукции. Так, в 2016 г. Россия впервые за более чем 100 лет заняла первое место в мире по экспорту пшеницы, обойдя по этому показателю как Канаду, так и США. Стабильно высоким сохранялся экспорт вооружений. По данному показателю страна занимает второе место в мире, уступая лишь США.

По итогам 2019 г. наметилась тенденция к снижению объемов экспорта из РФ, что было связано в том числе и с некоторым снижением мировых цен на нефть. Так, среднегодовая стоимость нефти марки «Brent» снизилась с 69,8 долл. США за баррель до 66,13 долл. США за баррель, или на 5,3%. Примерно на такую же величину сократились и стоимостные объемы отечественного экспорта (6%). При этом следует отметить, что опережающими темпами уменьшался экспорт в страны Дальнего зарубежья, тогда как сокращение поставок в страны ЕАЭС составило лишь 0,6%.

На основании приведенных статистических данных касательно динамики экспорта РФ, можно сделать вывод, что периоды роста и сокращения стоимостных объемов экспорта имеют высокую корреляционную зависимость от динамики мировых цен на

нефть. Так, период 2003-2008 гг. характеризовался ростом среднегодовых цен на нефть, и в этот же период можно было наблюдать положительную динамику экспорта. В 2009 г. произошло резкое снижение мировых цен на нефть, вслед за чем последовало сокращение объемов российского экспорта в стоимостном выражении. С 2010 по 2012 г. мировые цены на нефть увеличивались, что привело к росту российского экспорта до рекордных за всю историю значений. В 2013 г. цены на нефть находились в боковом тренде, что привело и к стагнации экспорта. В период 2014-2016 гг. мировые цены на нефть вновь сокращались, что привело и к снижению объемов экспорта. В 2017-2018 гг. наблюдался восстановительный рост мировых цен на нефть, что опять же имело следствием увеличение стоимостных объемов экспорта в целом. Данная зависимость объясняется в первую очередь высоким удельным весом нефти и нефтепродуктов в структуре отечественного экспорта.

В первом квартале 2020 г. наблюдается резкое снижение мировых цен на нефть. Особенно резко снижение цен ускорилось в марте 2020 г. В январе 2020 г. цены на нефть снизились с 70 до 55 долл. США за баррель, к концу февраля они опустились до 50 долл. США, но в марте произошел настоящий обвал до уровней в 25 долл. США за баррель. При этом необходимо учитывать, что российский сорт нефти «Urals» торгуется с дисконтом к сорту «Brent» в 5-6 долл. США. Это означает, что фьючерсные контракты на нефть марки «Urals» в марте 2020 г. находятся на уровне около 20 долл. США, что является самой низкой ценой с 2002 г.

В начале мая на фондовом рынке сложилась парадоксальная ситуация, когда впервые в истории торгов нефтяные фьючерсы с поставкой в июне торговались с отрицательной величиной. То есть покупатели нефти готовы были даже заплатить деньги для того, чтобы физические поставки нефти к ним не производились. Это было обусловлено фактическим отсутствием свободных мощностей по хранению нефти и нефтепродуктов.

Весной 2020 г. можно было выделить две основные причины снижения мировых цен на нефть:

- 1) Развитие пандемии коронавируса, для купирования развития которой в странах Европы и США принимаются крайне жесткие меры, имеющие следствием снижение деловой активности. Фактически заморозились международные пассажирские авиаперевозки, вследствие чего спрос на авиакеросин резко сократился. Спрос на бензин снизился в результате введения карантина во многих странах мира,

который предполагает запрет на перемещение как общественным, так и личным транспортом.

2) Разрыв сделки ОПЕК+, вследствие чего предложение нефти на мировом рынке резко возросло.

Сложилась парадоксальная ситуация, когда на фоне значительного сокращения мирового спроса на нефть, которое может составило по мнению экспертов МЭА (Международное энергетическое агентство) как минимум 20 млн. баррелей/сутки, Саудовская Аравия и ОАЭ, наоборот, наращивали экспорт на 3,6 млн. баррелей/сутки. Россия также увеличивала поставки нефти на мировой рынок. Избыточные объемы нефти в течение определенного периода времени могут направляться в резервные хранилища стран мира. Однако, они не безграничны, и через определенный промежуток времени в мире вполне может сложиться ситуация, что уже добытую нефть просто негде будет хранить. Данная ситуация может привести к еще большему снижению мировых цен на нефть, в случае, если члены ОПЕК, а также другие страны-экспортеры нефти не предпримут согласованных шагов по регулированию рынка.

В течение лета 2020 г. ситуация на мировом нефтяном рынке стабилизировалась. Во многом это произошло вследствие заключения новой сделки между крупнейшими странами-нефтеэкспортерами в рамках ОПЕК+, благодаря которой удалось добиться стабилизации соотношения спроса и предложения на рынке. Страны ОПЕК+ пошли на значительное сокращение экспортных поставок.

Однако, в настоящее время, в связи со «второй волной» распространения коронавируса, возникают новые угрозы стабильности мирового энергетического рынка. К началу сентября 2020 г. спрос на нефть все еще продолжал оставаться на значительно более низких уровнях, чем в аналогичный период прошлого года. Так, в сентябре 2020 г. добыча нефти в мире составила 90,71 млн. барр./сутки, что на 7,83 млн. барр./сутки ниже по сравнению с сентябрем 2019 г. В случае реализации худших сценариев развития пандемии и введения полноценных карантинных мероприятий в Евросоюзе и некоторых других странах и регионах мира, спрос на нефть может вновь значительно сократиться.

В результате реализации худшего сценария, цены на нефть могут опуститься вплоть до уровня в 11 долл. США за баррель, о чем свидетельствует технический анализ ценовых графиков. Но даже если цена останется на уровне 25 долл. США за баррель нефти марки «Brent», сокращение отечественного экспорта в стоимостном выражении будет крайне резким. Проведем примерные расчеты. В 2018 г. при среднегодовой стоимости нефти марки «Brent» в 69,8 долл. США за баррель экспорт минеральных продуктов составил 291 745 млн. долл. США. В случае, если цены на

нефть составят 25 долл. США, то стоимостной объем экспорта минеральных продуктов сократится примерно в 2,8 раза и составит соответственно 104 194, 6 млн. долл. США.

В действительности, снижение стоимостных объемов экспорта минеральной продукции будет еще более значимым, так как снижаются не только цены, но и физические объемы экспорта энергоресурсов. Диспропорция между величиной предложения и потребления нефти на рынке может привести к достаточно быстрому переполнению нефтехранилищ по всему миру, что приведет не только к сохранению низких цен на нефть в долгосрочной перспективе, но и падению физических объемов экспорта даже в больших масштабах, чем это предусмотрено в рамках заключенной сделки ОПЕК+.

Также произойдет сокращение экспорта металлургической продукции, как черных, так и цветных металлов, и частично продукции химической промышленности вследствие падения спроса на мировых рынках на сырьевые товары в целом, а не только топливно-энергетические.

Таким образом, реальная угроза дальнейшего распространения коронавирусной инфекции в мире может крайне негативно отразиться как на развитии отечественной экономики в целом, так и внешнеторгового оборота в частности.

В целом, мы прогнозируем значительное сокращение объемов, и в первую очередь стоимостных, экспорта из РФ по итогам 2020 г. Снижение объемов экспорта произойдет в первую очередь под влиянием мировой рецессии вследствие развития пандемии коронавируса. Мы прогнозируем, что снижение экспорта может составить 200-220 млрд. долл. США, то есть фактически 50% всего стоимостного объема. Данная ситуация окажет негативное воздействие как на курс национальной валюты, так и наполняемость бюджетной системы РФ.

Список литературы:

1. Веселов, Д. С. Анализ современной динамики и товарной структуры внешней торговли России/ Д. С. Веселов, С. В. Плескачев // Сфера услуг: инновации и качество. 2018. № 35. С. 3-11.

2. Кононов, И. Экспорт и импорт товаров в 2019 г. – Режим доступа:
<https://www.eg-online.ru/article/414899/>

3. Россия в цифрах, 2018 – Режим доступа:
http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_11/Main.htm

4. Российский статистический ежегодник – Режим доступа:
http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_13/Main.htm

УДК 339.3*Денисова Н.И.,**к.т.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель А.Ю.,**к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель Д.А.**2 курс направления Коммерция среднего специального образования
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова РФ***АНАЛИЗ СБЫТА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ****ANALYSIS OF SALES OF COSMETIC PRODUCTS**

Аннотация: в статье дается характеристика, как мирового, так и отечественного рынка косметической продукции, рассмотрены потребительские предпочтения в зависимости от возрастной категории, выделены группы потребителей с учетом реакции потребления. Авторы характеризуют основные пути реализации бьюти-продукции, отмечая отличительные моменты каждого канала сбыта.

Abstract: the article describes both the global and domestic market of cosmetic products, considers consumer preferences depending on the age category, and identifies consumer groups based on the reaction of consumption. The authors describe the main ways of selling beauty products, noting the distinctive points of each sales channel.

Ключевые слова: рынок бьюти-продукции, поколение «икс», «игрек», «зет», группы потребителей, продажи розничные сети, аптечные сети, интернет-торговля.

Keywords: beauty products market, generation "x", "y", "z", consumer groups, sales retail chains, pharmacy chains, online trade.

Торговля на настоящий момент является, безусловно, одной из самых крупных и экономически успешных отраслей, как мировой, так и российской экономики.

В условиях постоянной конкуренции в сфере обращения выживают те предприятия, которые, изучая конкретные потребности населения, рационально используют свои ресурсы и формируют ассортимент с учетом спроса для получения максимальной прибыли. Одним из решающих факторов является правильное формирование оптимального ассортимента, для чего непременно следует изучать рынок соответствующей группы товаров и основные тенденции развития ассортимента

на нем.

Рынки здоровья, питания и красоты всегда привлекали потребителей. Есть вещи, которые всегда являются важными для человека, поэтому чтобы совершенствовать свой внешний вид, подчеркнуть свою естественную красоту, скрыть мелкие недостатки, сохранить упругость кожи, человек издавна использует природные материалы, которые достаточно широко используются при производстве парфюмерно-косметической продукции [3].

Что касается рынка парфюмерно-косметической продукции, то специалисты отмечают, что этот рынок имеет хорошие перспективы для своего развития, хотя разные страны по-разному участвуют в его развитии [4].



Рис.1. Структура рынка парфюмерии и косметики в мире

В мировом объеме производства доля России составляет 3-3,5%.

В 70-90 гг. рынок косметики в стране пережил глубокий упадок, да и последние годы (до июня 2019 года) характеризуются падением рынка (на 1,6% в натуральном и на 2,1% в денежном выражении).

Развитие косметического рынка происходит под влиянием многих факторов: с одной стороны все больше появляется информации о новых продуктах, основанных на инновационных технологиях и помогающей в выборе товаров для красоты, с другой стороны бьюти-продукты не являются предметами первой необходимости, поэтому

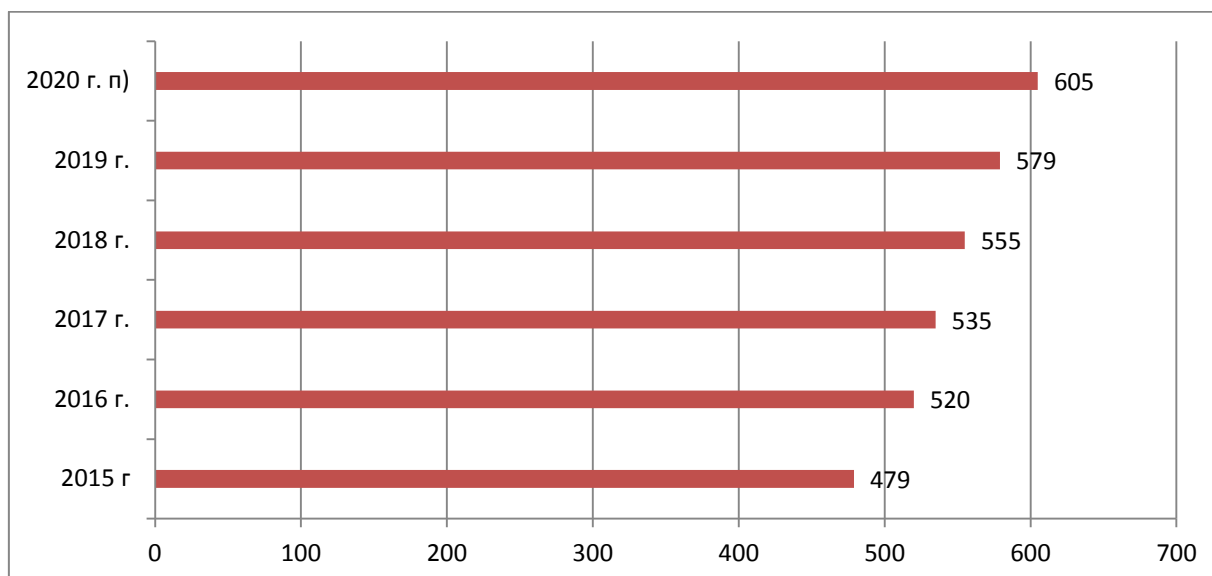


Рис. 2. Объем продаж парфюмерии и косметики в России (млрд. руб.)

многие потребители при ухудшении материального положения экономят именно на этой группе.

К сожалению, в России на сегодня затраты на косметику ниже среднего уровня мирового потребления.

Изучая поведение потребителей, Международное общество изучения поведенческого развития показало особенности поколений по возрасту, которые влияют на потребительское поведение. По результатам исследования были выделены различные группы людей, объединенных в группы, получивших название - поколение «икс», «игрек», «зет» [2].

По результатам исследований с учетом периода рождения были выделены следующие группы:

Молчаливое поколение (1923—1943).

Поколение беби-бумеров (1943—1963).

Поколение X («Икс») (1963—1984).

Поколение Y («Игрек») (1984—2000).

Поколение Z «Зэд» (с 2000).

Поколением X стали называть людей, родившихся с начала 1960-х по 1980-й. Следующие поколения назвали по порядку – Y и Z.

Модель потребительского поведения формируют миллениалы (поколение людей, родившиеся с 1981 по 2000 год, поколение Y «игрек»), которые по прогнозам составят 30% от общего объема розничных продаж к 2020 году.

Они в основном «на ты» с продвинутыми гаджетами и активно пользуются

соц.сетями. Этому поколению 20-40-летних характерно использование цифровых каналов при покупке, они учитывают и опираются на мнения пользователей сети. Они в силу любознательности проявляют интерес ко всему новому, они изучают состав и его влияние, прежде чем принять решение о покупке и поделиться своими знаниями в сетях.

Поколение Z («зумеры, зеты») родившееся примерно с 1995-2000 года росло бок о бок с новыми технологиями, поэтому они гораздо быстрее обрабатывают информацию и являются более практичными. Эта возрастная группа практически следует за моделью потребительского поведения миллениалов [2].

Ряд исследователей рынка выделили следующие группы потребителей бьюти-продукции в России

1. Рациональный

Для этой группы в связи со снижением доходов (на 11% за последние 5 лет) характерной чертой является сравнение цен в разных местах продажи при покупке, повышенное внимание к проводимым акциям и скидкам. Эта группа потребителей довольно часто советуется с косметологами и с подругами, изучает рекомендации, отзывы, следят за результатами пользования, что приводит к снижению среднего чека при использовании предметов красоты.

2. Экспертный

Потребители этой группы очень внимательно относятся к информации, читают и разбирают составы, изучают свойства составных частей, сопоставляют и подобрав какое-либо средство, довольно часто пользуется им. Такой потребитель чаще всего отдает предпочтение органической косметике (бьюти-средств с натуральным составом) или космецевтике (рецептура приближена к медицинским стандартам).

3. Занятой

Учитывая ограничение времени и экономию средств, потребители этой группы проводят косметические и уходовые процедуры в домашних условиях, поэтому они отдают предпочтение при покупке косметическим экспресс-средствам, выполняющим лифтинг, пиллинг, эпиляцию, окрашивание. Поэтому спросом пользуются многочисленные маски, сыворотки разнообразного состава, в результате использования которых получают быстрый и заметный результат. Кроме того, отсутствие времени не всегда позволяет этой группе потребителей посещать ТЦ и тратить время на поездки. Приобретение косметики проходит в магазинах, расположенных в жилых массивах, «у дома» (Магнит Косметик, Подружка)

4. Консервативный

Многие потребители не стремятся к радикальным переменам во внешности даже в случае создания нового образа на небольшой промежуток времени. Поэтому эта группа отдает предпочтение косметическим средствам традиционных, известных компаний (43%) с известными уже брендами (Nivea, Бархатные ручки, Чистая линия, Avon).

5. Недоверчивый

Потребители этой группы чаще всего перед покупкой тестируют продукцию, консультируются с продавцом-консультантом, проверяют на коже декоративную и уходовую косметику, пробуют ароматы.

6. Со сложившимися приоритетами

Некоторым косметическим средствам потребители на основании положительного результата отдают предпочтения. Если при покупке средств по уходу за телом или средств для рук ограничиваются обычно бюджетными вариантами, то при покупке шампуней чаще всего делают сравнение, отдавая предпочтение чаще всего профессиональным средствам.

7. Стремящийся к естественности

Широкий ассортимент косметических товаров позволяет потребителю остановить свой выбор на такой косметике, которая придает коже естественный цвет. Натуральный естественный макияж является необходимостью для потребителя, который ограничен временем и не может много времени проводить в салонах красоты. В повседневной жизни женщины поддерживают красоту применением туши для ресниц и блеском для губ.

Декоративную косметику чаще всего используют в торжественных случаях.

И молодежь, и женщины постарше большое внимание в последние годы уделяют здоровому образу жизни, что связано с повышенным вниманием к косметическим средствам, содержащим природные, натуральные компоненты. Молодые люди не хотят тратить много времени на макияж, с возрастом женщины используют менее яркую декоративную косметику, поскольку большую часть времени проводят в деловых встречах, в «деловых кругах».

Поэтому такие направления в потреблении косметики, как удобство, простота использования и экологичность косметических средств становятся главенствующими.

Учитывая, что потребности людей в различных парфюмерно-косметических

товарах очень неоднозначны, производители выпускают продукцию, которая предназначена для разных по материальному положению слоев потребителей. В связи с этим выделяют так называемую парфюмерию и косметику класса «люкс» (элитная) и масс-маркет. К этой группе относится изысканная парфюмерия высокой ценовой категории, дорогая декоративная косметика, селективная косметика (премиум и люкс класса), предназначенные для определённого состояния кожи или волос.

К элитной косметике относят некоторые виды детской косметики, anti-age (антивозрастную) косметику и SPA-косметику, а также средства ухода за кожей с особыми индивидуальными свойствами.

Парфюмерные и косметические товары, доступные по цене, имеющие более простой состав компонентов, относятся к группе масс-маркета. Для этой группы характерна бюджетная стоимость, что делает ее доступной для массового потребителя, поэтому её часто называют «социальной» косметикой.

Структура продаж в России за последние годы практически остается без изменений, доли классов стабильны: масс-маркет ~81% (отличается достаточно привлекательной упаковкой и оптимальным соотношением «цена-качество»), и косметика класса люкс ~19%.

Есть четыре основных типа дистрибуции косметических товаров (прямые продажи, массовая и селективная дистрибуция, а также продажа через аптеки). Однако независимо от путей движения товара ответственность за его безопасность по европейскому косметическому законодательству несет производитель.

Поэтому у компании-производителя существуют определенные требования к оборудованию точек продаж. Операторы рынка отмечают, что потребители все охотнее покупают косметику и парфюмерию в специализированных магазинах. По данным представителей отечественных сетей, рыночная доля специализированных торговых точек возросла до 20–30%.

В регионах на базарах реализуется все еще больше 80% косметики и парфюмерии, но и там эта доля неуклонно уменьшается.

Наиболее перспективны, по мнению экспертов, – сети специализированных магазинов по принципу самообслуживания, преимуществом которых является широта ассортимента (около 15 тыс. ассортиментных позиций).

С помощью косметики люди стремятся подчеркнуть свою естественную красоту.

Все многообразие парфюмерии и косметики, включающей как повседневные

гигиенические изделия (мыло, шампунь, зубные пасты и др.), так и люксовую продукцию, сегодня предлагают разные субъекты рынка [5].

Реализацию парфюмерно-косметических товаров осуществляют:

- розничные сетевые магазины, реализующие моно- и мультибрендовую продукцию;

- розничные предприятия типа дрогари;

- структуры с прямыми продажами;

- интернет - магазины;

- магазины профессиональных средств и салоны красоты;

- аптечные сети

Достаточно известным способом реализации продукции являются прямые продажи, которые используют личные или групповые презентации за пределами мест стационарной торговли. Однако в последние годы доля реализации парфюмерно-косметической продукции этим видом продаж не очень высока, и с каждым годом снижается [5].

Лидерами продаж на рынке парфюмерно-косметической продукции являются торговые сети, в том числе сети магазинов формата «дрогари».

В конце 2018 г. на рынке нашей страны работало 1300 розничных сетей по продаже этих товаров, включая 276 сетей «дрогари», популярность которых быстро растет [1]

Сети дрогери играют на сегодняшний день ведущую роль на российском парфюмерно-косметическом рынке.

Формат дрогери представлен несколькими сетями, большинство из которых располагают свои магазины в составе встроенных помещений

Особенностью продукции данной отрасли является привлечение для ее реализации аптечных сетей, что можно объяснить наличием в ассортименте лечебной косметики (космоцевтика) и уверенностью покупателей в гарантии качества продукции.

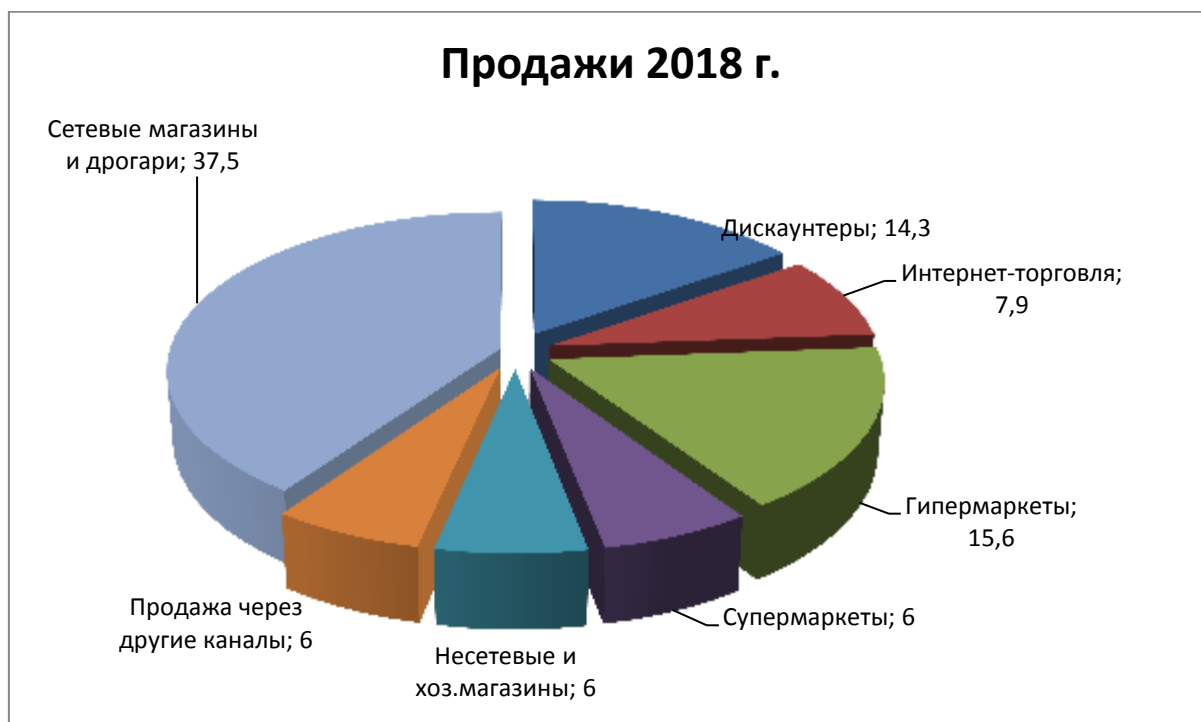


Рис. 3. Каналы сбыта парфюмерно-косметической продукции

Кроме того, на рынке присутствуют достаточное количество несетевых специализированных магазинов (около 40 тысяч). Нельзя не отметить продажу парфюмерно-косметических товаров не только в мультибрендовых магазинах, но и в магазинах малых форматов (секции, отделы в торговых центрах) [1].

Но самые высокие темпы продаж отмечены в интернет торговле. Интернет-площадки посещают гораздо реже, чем супермаркеты и «дрогари», но средний чек покупки при интернет торговле значительно выше (2,5 товара и 4,2 соответственно).

Половину товаров покупатели приобретают из знакомых уже видов, а третья часть покупок – это новинки рынка.

Постоянные покупатели, знакомые с определенными брендами, отдают предпочтение именно им, а новые покупатели очень осторожно используют этот метод, поскольку хочется при покупке такой продукции потрогать и попробовать выбранный товар по запаху.

Поэтому покупатели после знакомства с продукцией в офлайн торговле с желанием переходят на приобретение уже знакомого им товара через интернет площадки. Практика показывает, что при установке постамата поблизости от клиента увеличивает примерно в 5 раз частота его интернет-покупок.



Рис. 4. Элегантный, яркий и функциональный картонный дисплей для декоративной косметики L'Oreal

Прогнозы по развитию интернет торговли довольно высокие, специалисты прогнозируют рост интернет продаж парфюмерии и косметики примерно на 250%. Такие цифры связаны с возможностью быстро получить информацию в любое время и в любом месте, что позволяет потребителю быть более осведомленным и экономить время. Специалисты считают, что за интернет торговлей будущее.

. В России потребители за год сделали на 22% больше заказов, чем в 2017 году, а объём рынка достиг \$13,54 млрд.[2].

Для розничных предприятий несколько упрощает ситуацию по продвижению на рынке новых товаров то обстоятельство, что на практике рекламируют и продвигают новый ассортимент сами фирмы-производители, такие как Селдико, Lisap, Essence, Catrice, Л'Ореаль, Шанель, IQ Beauty, Compagnia Del Colore, Кларанс, Шисейдо (PUC), Байерсдорф, Люмене, Colgate-Palmalive, Gillette, Schauma, Rexona, Vimaks.



Рис. 5. Выкладка косметики в торговом зале

Ситуация с COVID-19 существенно изменила рынок бьюти-продукции. Повысились продажи средств для снятия стресса и релаксации, а косметическое направление заметно снизило свои позиции, особенно декоративная косметика. В период длительного карантина покупатели стали все больше отдавать предпочтение покупкам через интернет, в связи с чем увеличилось число заказов, хотя средний чек покупки практически не изменился.

До пандемии почти 85% от всех продаж в бьюти-индустрии покупатели совершали в стационарных магазинах. Даже миллениалы и представители поколения Z примерно 60% покупок косметики совершали в офлайне. Но во время пандемии часть магазинов закрылась (почти 30%) и потребители невольно обратились к интернет-торговле.

В последние несколько лет появилось много новых или хорошо забытых старых трендов – органика, прозрачность, красота изнутри (физическое и психическое здоровье), каждый из которых обещает революцию в отрасли И, видимо, эти каналы сбыта и в дальнейшем будут формировать будущее бьюти-индустрии и потребительских подходов.

Список литературы

1. Денисова Н.И. Успешные технологии продаж на основе инноваций // Сфера услуг: Инновации и качество. 2017. № 31. С. 2.
2. Николаева М.А., Ний А.А. Анализ состояния и тенденций парфюмерно-косметического рынка в России. Интернет-журнал Экономические исследования, 20017. № 1, с. 3 Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28883788>
3. Российский парфюмерно-косметический ритейл: итоги 2018 г., прогноз до 2021 г. 5 февраля 2020 г. <https://xn--80abcnjeb0bfeb0bgh.xn--p1ai/tsentralnyu-fo/riteyl/rossiyskiy-parfyumerno-kosmeticheskiy-riteyl-itogi-2018-g-prognoz-do-2021-g>;
4. Косметический рынок России - Исследование. Финал https://indiger.ru/wp-content/uploads/2019/pdf/INDIGER_
5. Штезель А.Ю., Тюпляева В.А., Давыдова П.Д. Основные направления маркетинговых исследований рынка //Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. № 44. - С. 138-144.

УДК 339.3

*Денисова Н.И.,**к.т.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова**Штезель А.Ю.,**к.э.н., доцент**кафедры торговли и общественного питания
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОСМЕТИЧЕСКОГО РЫНКА

STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE COSMETIC MARKET

Аннотация: авторами рассматриваются состояние рынка косметической продукции, основные тенденции развития парфюмерно-косметического рынка, использования инноваций в косметической индустрии, отмечается структура рынка косметики как в Европе, так и в России.

Abstract: The authors consider the state of the cosmetic market, the main trends in the development of the perfumery and cosmetic market, the use of innovations in the cosmetic industry, the structure of the cosmetics market is noted both in Europe and in Russia.

Ключевые слова: рынок, основные тренды, косметическая индустрия, инновации, структура косметического рынка.

Keywords: market, main trends, cosmetic industry, innovations, structure of the cosmetic market.

Современный рынок товаров характеризуется достаточно высокой насыщенностью, поскольку в розничной торговле на сегодня сформировалась богатая конкурентная среда. Поэтому в настоящее время продавцам и производителям необходимо уделять большое внимание своим товарам.

Слабая покупательская способность населения, связанная с ослаблением курса национальной валюты, а также с ограничением на импорт некоторых товарных категорий, послужили основной причиной слабого повышения товарооборота розничной торговли в последние годы (2017 г. – 101,3%, 2018 г. - 102,8%, 2019 г. – 101,9%) [1].

В 2019 году повышение объемов реализации проявляется не высокими показателями, причиной чему является не только политическая ситуация, введенные санкции и, конечно же, ухудшением материального благополучия населения.

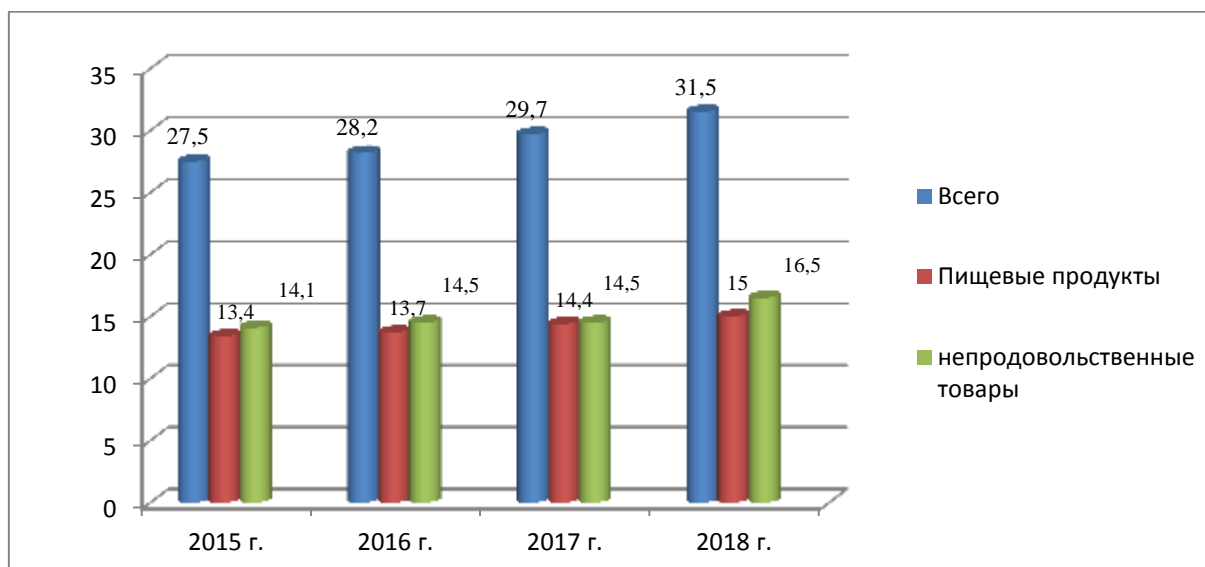


Рис. 1. Оборот розничной торговли (трлн. руб.) [1]

В структуре товарооборота розничной торговли в 2019 г. преобладает удельный вес непродовольственных товаров - 52,1%, а доля продовольственных товаров - 47,9%.

Из группы непродовольственных товаров для нас наибольший интерес представляет рынок косметических товаров, который в последние годы показывает хотя и незначительный, но все же рост.

Для этого рынка характерно разнообразие ассортимента, где потребитель может выбрать для себя как повседневные гигиенические изделия (зубная паста, мыло, шампуни), так и продукцию с особыми, специфическими свойствами (например, уходовую косметику, предметы макияжа, декоративную косметику)



Рис. 2. Развитие мирового рынка косметики и парфюмерии

Анализ мирового рынка косметики позволяет отметить, что почти 35% его объема приходится на долю продукции из Азиатско-Тихоокеанского региона, за которым следуют Европа и Америка. Пытается не отстать от лидеров и Россия, в которой темпы роста косметического рынка находятся на уровне 10-15%.

Из европейских стран по объему производства лидируют Германия, Франция и Великобритания, следом за которыми располагается Россия с соответствующим 4 местом и с общей долей парфюмерно-косметического рынка в 3-3,5%.

Если в 2018 году мировой рынок косметики составил 507,75 млрд.\$., то по прогнозам аналитиков к 2025 году он увеличится на 5,9% и составит 758,45 млрд.\$. Прогнозирование такого роста специалисты связывают в первую очередь с постоянным появлением новых потребностей у покупателей, со стремлением человека к новизне и к приданию красоты с помощью косметики [6].

Рынок нашей косметики последние годы развивался достаточно успешно.

По результатам исследования рынка косметической продукции, которое провела компания GLOBAL REACH CONSULTING (GRC), российский парфюмерно-косметический рынок является одним из крупнейших потребительских рынков в Европе и продолжает динамично развиваться.

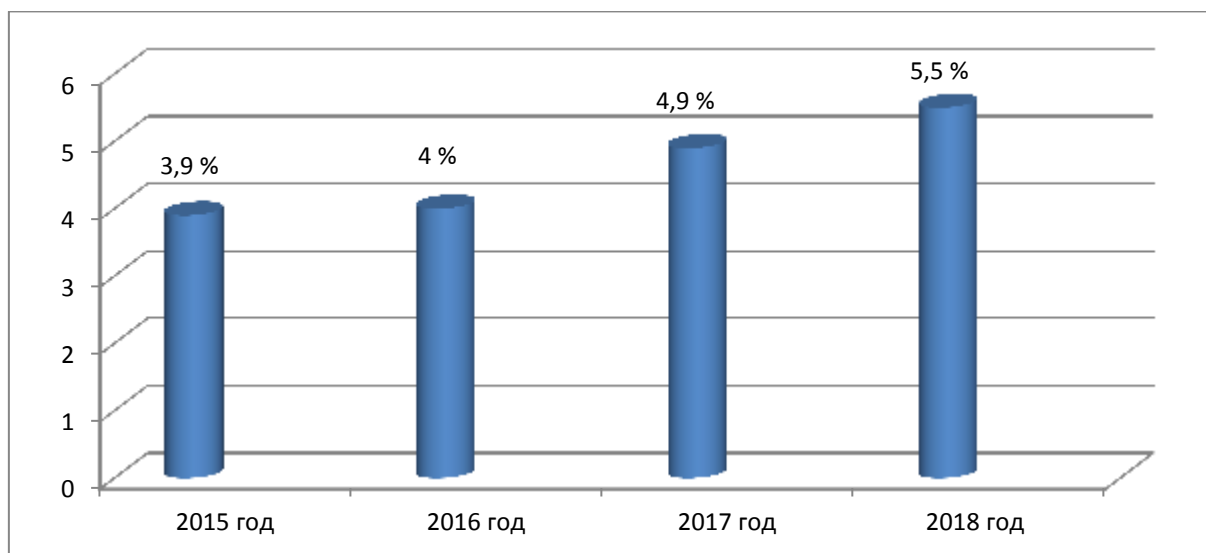


Рис. 3. Темпы роста мирового косметического рынка

По потреблению на душу населения после Италии, Франции, Испании и Англии Россия занимает 6 место в мире

Рынок косметики сегодня является достаточно насыщенным. Покупатель сегодня получает огромную информацию о развитии ведущих брендов, становится

более информированным, компетентным, в связи с чем, повышает требования не только к качеству товаров, но и к широте и глубине ассортимента. И также как и мода, косметика развивается по определенным тенденциям.

Косметика (от греч. слова - способное приводить в порядок за счет декорирования) представляет собой средства, которые улучшают внешность человека, а также придают телу и лицу свежесть и красоту.

У людей постоянно присутствует необходимость ухода за кожей и телом. Как бы тяжело ни было с деньгами, отказать себе в качественной помаде или в приобретении косметики по уходу за лицом женщины категорически не готовы. Несмотря на ухудшение материального положения жителей страны, расходы на приобретение косметических товаров по статистическим данным российские женщины тратят примерно 12% своего бюджета. И хотя парфюмерно-косметические товары не являются предметами первой необходимости, тем не менее, в последние годы продажа косметических товаров во многих странах возрастает (по объему продаж Россия занимает 3,1% от всего мирового рынка).

Потребителями косметической продукции регулярно в России являются 87% покупателей, из них: 99% женщин и 75% мужчин.

Первенство потребления парфюмерии и косметики принадлежит таким странам как Франция, Германия, Великобритания, Испания и Италия, следом за ними в мировом ритейле следует Россия. На рынке страны появилось большое число как зарубежных, так и отечественных, неизвестных ранее, фирм, представляющих товары с новыми потребительскими свойствами.

Сдерживающим фактором развития является зависимость российского рынка от импорта, доля которого резко сократилась в связи с санкциями (с 80% до 47%). Поскольку для производства парфюмерно-косметических товаров в большей степени используется импортное сырье (до 90%), поэтому изменения общей экономической ситуации в стране тут же сказывается на стоимости произведенных товаров, а значит и на их реализации [4]

Но желание людей не отставать от мировых тенденций в использовании парфюмерии и косметики является главным фактором развития, как производства, так и продаж.

Основные значимые тенденции бьюти-индустрии косметического рынка связаны с:

- инновационностью всех видов парфюмерно-косметической продукции;

- большей информированностью, компетентностью, взыскательностью и требовательностью потребителей;
- осознанностью потребления (количество покупаемых товаров);
- повышением спроса на многофункциональную косметику и косметику, предназначенную для борьбы со старением кожи;
- натуральностью и упрощением состава;
- усилением конкуренции на рынке;
- снижением прямых продаж, но увеличением доли интернет-торговли;
- большим вниманием к косметическим товарам отечественного производства;
- Anti-age (косметики «против старения»): ростом выпуска анти-возрастных средств, связанного со стремлением хорошо выглядеть в зрелом возрасте;
- расширением эко-движения, включающим борьбу за использование натуральных ингредиентов в составе, биоразлагаемых материалов, новых технологий продаж, совершенствование упаковки и тары, заботу об окружающей среде. Эко-движения призывают к разумному потреблению, к использованию переработанного сырья или возобновляемых ресурсов при изготовлении упаковки [5].

Основной тенденцией в производстве парфюмерии и косметики является ориентация на использование инноваций в выпуске парфюмерно-косметической продукции;

Одним из направлений инноваций в производстве парфюмерии и косметики является использование **клеточной косметики**, при которой в производстве используют такие клетки, которые способны к быстрому росту. Клеточная технология основана на воздействии на организм клетками различных тканей человека или животных (клетки кожи, костного мозга или жировой ткани).

Особенностью такой косметики является то, что с ее помощью в кожу человека попадает молекулярный кислород и он активизирует обмен в тканях и помогает восстановлению кожи. Конечно, производство такой косметики, несмотря на ряд положительных свойств, требует разработки специальной технологии и оборудования.

Производство клеточной косметики осуществляется в Швейцарии, США и России. Но клеточная косметика, созданная на основе стволовых клеток, имеет ограниченный срок использования, непременное условие хранения в холодильнике, поскольку является как бы «живым» продуктом.

Наибольшее внимания в последнее время заслуживает такое направление как **информационная косметика**, которая является наиболее молодой (схожа с

клеточной). Она основана на использовании клеток растений и животных, содержит рибонуклеиновую кислоту, за счет чего при ее использовании организм начинает вырабатывать коллаген и активнее протекают восстановительные процессы кожного покрова [7].

Другим направлением является выпуск косметики с наночастицами, величина которых примерно в 40–80 тысяч раз меньше толщины человеческого волоса. Это частицы самых разных веществ, которые используются в различных отраслях - в медицине (доставляют лекарства в опухоли, убивают бактерии, нейтрализуют свободные радикалы), в промышленности (производят ультрапрочные материалы, защищают поверхности от UV-лучей и делают одежду устойчивой к запаху).

В косметике наночастицы используют в производстве кремов для защиты от солнца (особенно для чувствительной кожи), и за счет малых размеров активные ингредиенты проникают глубже в кожу. Эти наночастицы, в качестве которых известны липосомы, наноэмульсии, твердые липидные наночастицы, ниосомы, выступают как курьеры, которые из-за мельчайших размеров проникают глубоко в кожу и при разрушении высвобождают необходимые составляющие, которые и способствуют омоложению и оздоровлению кожи, поэтому не требуется ни хирургических процедур, ни инъекций.

Использование кремов смягчает и питает верхний слой дермы. Но глубокие слои дермы не насыщаются необходимыми элементами. Для введения питательных веществ в более глубокие слои необходимо использовать специальные аппараты или вводить инъекции красоты и молодости. Для решения этой проблемы необходимо использовать компоненты с участием наночастиц.

Чаще всего в парфюмерной промышленности из наночастиц используют липосомы и ниосомы. Липосомы в виде капсул предназначены для транспортировки натуральных компонентов, входящих в их состав, в наиболее глубокие участки кожи. Защитный слой на поверхности кожи состоит из мертвых клеток. С учетом мельчайших размеров наночастицы проникают между клетками, изменяют свою структуру, освобождая активные вещества, и тем самым активнее способствуют проникновению в более глубокие слои кожи в сравнении с обычным кремом, что замедляет процесс старения кожи [7].

Ниосомы являются более усовершенствованной молекулой, имеющей значительно меньшие размеры для переноса только одного компонента, который растворяется после попадания на кожу

Наночастицы используют прежде всего в санскринах, антивозрастных кремах, средствах для отбеливания кожи, увлажняющих кремах, а еще в шампунях и кондиционерах. Однако полной картины безопасности и влияния на экологию пока у специалистов нет, поэтому эта тема активно изучается научными исследовательскими институтами.

В Европе от производителей требуют обязательной информации на упаковке о составе наночастиц в структуре косметики

Больше всего наночастицы используют компании L'Oreal, Procter & Gamble, затем Henkel, Unilever, японские Kao Corp, Avon, Shiseido, испанская Sesderma косметика отечественного производства Нанодерм и другие.

Инновацией выступает производство кислородной косметики, которая содержит особые компоненты, способные насыщать кожу кислородом за счет поглощения его из окружающей среды, растворять его и транспортировать в те слои кожи, в которые он не доставляется кровью, то есть в эпидермис. При недостатке кислорода снижается образование коллагена, что приводит к появлению морщин, дряблости, расширению пор, пигментации и другим признакам старения.

Именно кислородная косметика активизирует обменные процессы в коже, улучшает микроциркуляцию крови, за счет чего происходит активное увлажнение кожи [2].

Основоположником кислородной косметики для лица является бренд Faberlic.

Композиции и рецептуры парфюмерно-косметических товаров становятся все более сложными, поскольку производители, используя инновации, создают уникальную продукцию.

И здесь несомненным лидером является продукция из Корейской республики, которая рассматривается как производитель инновационной продукции по уходу за кожей и формирует практически средний сегмент рынка. Корейская косметика для кожи лица отличается высоким качеством из-за рационального состава натурального сырья, имеет красивую привлекательную упаковку [5].

Рынок корейской косметики является не только одним из самых динамично развивающихся рынков, но и источником инноваций в области косметики, именно поэтому корейская косметика диктует направления развития для всей мировой индустрии красоты, как в области использования уникальных активных компонентов, эффективности рецептур, так и в области высокотехнологичной упаковки.

В ассортименте корейской косметики можно выделить продукцию,

объединенную в две группы:

- *природная инновационная косметика*, при производстве которой используют различные травы, корни, грибы, компоненты из рыбной икры осетровой, лососевой рыбы, бифидобактерии, кристаллы золота и жемчуга;

- высокотехнологические косметические средства, в производстве которых используют *биотехнологические процессы*, включающих в состав кремов пептиды и ретинол. Такая продукция упакована в тару белого или серебристого цвета, которая повышает эстетические свойства продукции. Продукция пользуется большим спросом, несмотря на высокую цену [5].

Структура корейской косметики отличается от европейского рынка. Корейские потребители в меньшей степени уделяют внимание декоративной косметике, а все свое внимание акцентируют на косметике для ухода за кожей, на покупку которой они тратят в 4 раза больше, чем на декоративную. Потребители этой страны считают уход за кожей лица первоосновой красоты, полагая, что чистая, здоровая и свежая кожа является залогом красоты. Поэтому основное внимание при производстве средств для ухода за кожей лица (она занимает 90% из всех средств ухода за кожей) уделяют эффектам осветления кожи, анти-возрастному действию и защите от УФ-лучей [20].

Корейские производители используют множество натуральных компонентов, которые способствуют увлажнению и улучшению цвета кожи лица, усиливают обновление клеток, тем самым помогая создавать эффект сияющей полупрозрачной, идеально ровной кожи. Лидером в производстве такой косметики является фирма K-Beauty: Class Skin (Корейский подход к красоте, или K-beauty, по которой идеалом корейской красоты является кожа, как стекло).

Корейские производители выпускают косметику трех групп:

- обычная косметика;
- функциональная косметика (санскрины, антивозрастные средства, осветляющие средства);
- квази-лекарства (средства от акне, детские присыпки, пасты с фтором)

Функциональная косметика должна соответствовать требованиям KFDA (Korea FDA, KFDA - Корейское Управление по контролю качества продуктов и лекарств) и содержать активные компоненты, выполняющие определенную функцию. Соответствие этому обозначается на маркировке, и наличие такой маркировки способствует проявлению лояльности покупателей [5].

Повышенным интересом у потребителей пользуется продукция, обладающая

многофункциональностью: например, не только увлажняет кожу, но и восстанавливает увядшую кожу, борется со старением, предназначена для ее профилактики, что вполне успешно могут использовать и молодые покупатели.

Особенностью корейской косметики является использование необычной, порой забавной упаковки в виде зверей, фруктов, необычных по форме баночек и флаконов, которые создают необычные образы.

Отличительной особенностью корейской парфюмерии являются изысканные ароматы и уникальные сочетания цветочных и фруктовых ноток в составе туалетных вод. В ассортименте производителей присутствуют мисты, патчи-филеры и спреи для тела. Мисты наносятся непосредственно на кожу лица до или после нанесения макияжа. Они великолепно увлажняют кожу, защищают ее от солнечных лучей, воздействия ветра и холода, а также придают бесподобный чарующий аромат. У патчей-филлеров на одной из сторон находится 130 растворимых игл с гиалуроновой кислотой, которая является отличным увлажнителем кожи.

Корейская косметика по праву считается инновационной, поскольку при ее производстве используют современные технологии, отличительные сырьевые материалы, полезный состав.



Рис. 4. Виды корейской косметики

Косметика для кожи лица, произведенная в Корее, выделяется из ассортимента косметических средств, произведенных в Европе своим качеством, красивой, оригинальной упаковкой и необычным запахом.

Корейская косметика считается одной из лучших в мире. Феномен ее популярности объясняется тем, что косметические средства от азиатских

производителей практически состоят из экологически чистых природных ингредиентов, в том числе и экзотических (жемчужная пудра, экстракт морских звезд, лососевая икра и др.).

Сложившаяся конкуренция на рынке косметических товаров заставляет производителей постоянно совершенствовать свою продукцию, чтобы удержаться на рынке [8]. Производители корейской косметики сосредоточили свое внимание на производстве косметики с отбеливающим эффектом, косметики по защите кожи от ярких солнечных лучей и косметики с антивозрастным воздействием.

На Востоке считают, что самой красивой для женщины является ровная, полупрозрачная кожа, которая выглядит как стекло. Поэтому в составе косметики от фирмы K-Beauty серии Class Skin имеется достаточно большое количество натуральных сырьевых материалов, которые способствуют увлажнению и улучшению цвета кожи лица.

На потребительском рынке представлено множество бб кремов самых известных корейских марок, которые не только маскируют, но и являются прекрасными уходовыми средствами, различные косметические средства корейских брендов Tony Moly, Mizon, Secret Key, Etude House, Holika Holika, Lioele, The Saem. В состав корейской косметики входят не только растительное натуральное сырье, но и продукты различного животного происхождения - экстракты черной икры, морского коллагена, улиточной слизи и т.п.

Для чисто корейского внутреннего рынка характерно наличие монобрендовых магазинов с различным ярким оформлением и даже использование целых улиц (road shop), где одновременно расположены многочисленные магазины разных брендов [20]. Наряду с магазинами масс-маркет уровня, широко распространен франчайзинг с использованием разных брендов и многочисленными промоутерами.

Косметика позиционируется в сегменте «middle-market». Позиционирование торговых марок позволяет бренду закрепиться сразу в двух сегментах рынка и иметь своего покупателя в каждом из них.



Рис. 5. Знаменитая улица Мёндон (Myeong-dong) – косметический рай

В ассортименте магазинов преобладают наиболее известные торговые марки: BeYu; Artdeco; Nouba; Beter; Vivienne Sabo; Max Factor; Bourjois.

Пропаганда здорового образа жизни приводит не только к созданию, но и к пропаганде и продвижению экологически чистой косметики и парфюмерии без вредных добавок. Учитывая повышенные требования покупателей к составу косметики, производители развивают выпуск натуральной органической продукции, основанной на использовании в качестве ингредиента алоэ вера. К сожалению, в России до сих пор нет стандартов, регулирующих состав и производство органической косметики. Производители для получения признания проходят добровольную эко-сертификацию, что повышает доверие покупателей к такой продукции.

Маркировка экокосметики предусматривает информацию для покупателей с полным описанием всех составляющих данного вида продукции, что вызывает понимание потребителей и создает их доверие к данному виду. Российские производители экокосметики, лидером среди которых является бренд Natura Siberica, стараются занять свою нишу на рынке.

В последнее время производители косметической продукции заботой об окружающей среде, что связано с совершенствованием технологии производства,

упаковки, возврату к биоразлагаемым материалам вместо пластика, как в упаковке, так и товарах. Поэтому в последние годы заметен рост популярности косметики ручной работы [7].

Подобный ассортимент предлагают такие компании как «Ив Роше», The Body Shop, Natura Siberica, Organic shop, L'Occitane, LUSH, «Спивакъ».

Тем не менее, отмечая новинки на рынке, потребители отдают предпочтение известным брендам, поскольку узнаваемость бренда оказывает большое влияние на поведение покупателей.

Самым известным и признанным брендом заслуженно является L'Oreal, для которого характерны собственные разработки на основе использования инноваций, широкий ассортимент и соотношение «цена - качество». Заслуженной популярностью пользуются изделия марки Maybelline и Chanel.

Активную позицию по завоеванию и расширению своего бренда ведут и отечественные производители - это Мастерская Fitoland Organic, Createur, ООО «Аромагрупп» (г. Челябинск) и многие другие. Укрепление позиций указанных производителей безусловно достигнуто за счет внедрения результатов научных разработок и качества продукции.

По объему продаж на первом месте достаточно уверенно долгое время находится сеть «Л'Этуаль», на втором месте сеть магазинов «Магнит Косметик», третье место занимает компания Yves Rocher, далее компания «Рив Гош» [4].

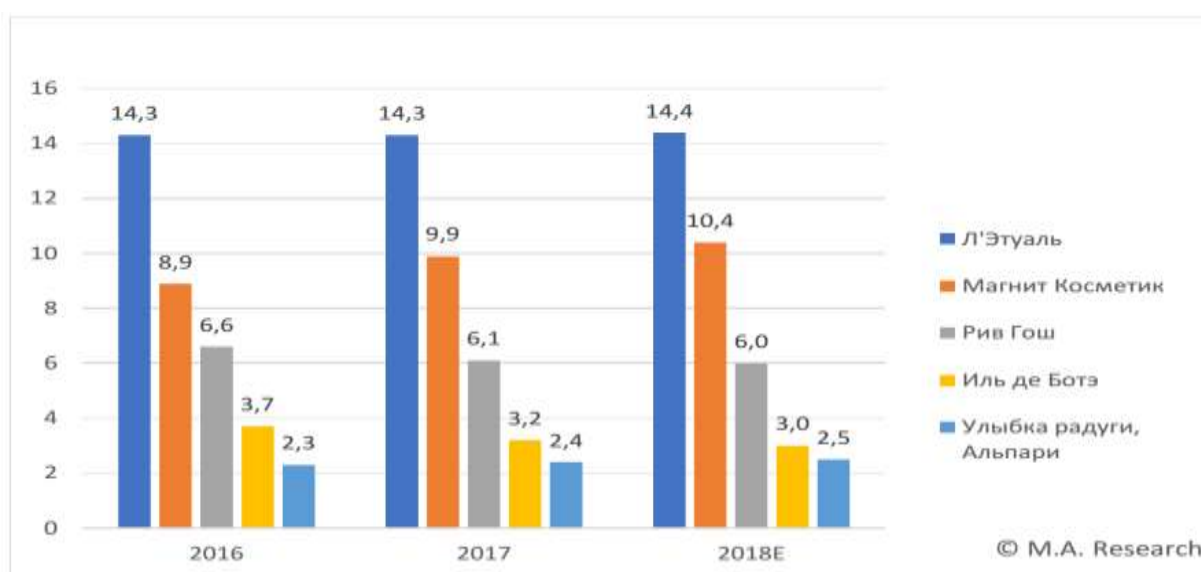


Рис. 6. Доля основных игроков на рынке (%)

Но, к сожалению, их продукцию можно найти в аптеках, супермаркетах и других точках массового ритейла и практически она отсутствует в бутиках, хотя в большинстве она вырабатывается с применением натурального сырья, что, по всей видимости, обусловлено недостаточным поиском своей ниши.

Рассматривая конъюнктуру российского рынка, следует отметить пять крупных отраслей производства косметики.

Первые три места занимают направления ухода за кожей и волосами, а также декоративная косметика. Следующие места остаются за парфюмерией, предметами личной гигиены, дезодорантами, средствами для ухода за полостью рта.

На рынке Европы структура потребления несколько отличается - самый большой по объемам потребления сегмент рынка Европы – средства ухода за волосами (32%), далее следуют косметические продукты ухода за лицом и телом (26%), затем – парфюмерия (рис. 7).

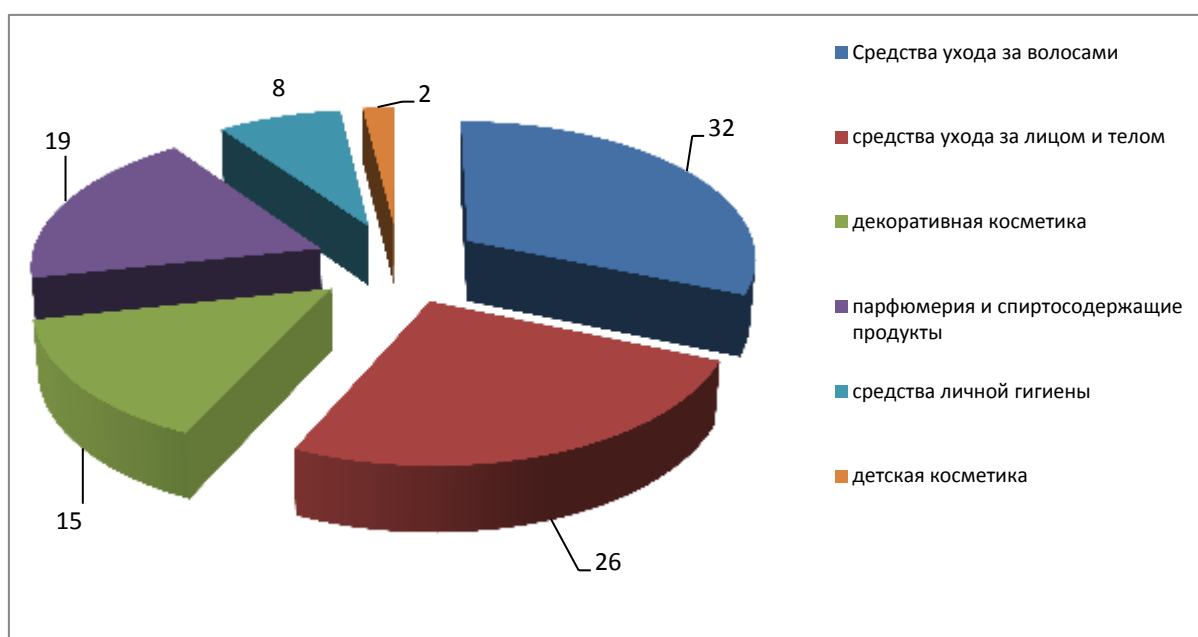


Рис. 7. Объем потребления ПКП на рынке Европы

По прогнозам GFK первыми с прилавков будут уходить средства для ухода за кожей, что принесет отрасли выручку порядка 30 миллиардов рублей. Парфюмерия вместе с оборотом онлайн продаж обеспечит возврат инвестиций до 25 миллиардов. Третьим по выручке останется сегмент средств ухода за волосами, - 23 миллиарда в рублевом эквиваленте. Представителям бизнеса следует обратить особое внимание на ассортименты детской косметики, дезодоранты и отечественные товары. Именно они

обещают быть в тренде.

Вполне естественно, что большую часть потребителей парфюмерии и косметики составляют женщины – 70%. На мужчин приходится 20% общего числа покупателей, и их выбор косметических средств довольно специфичен. Еще около 10% составляют дети. Причем речь идет о потреблении ими всех, а не только специализированных продуктов, на собственно «детскую» косметику и парфюмерию приходится не более 1 – 2% оборота отрасли Европы.

Больше всего россияне тратят на покупку средств по уходу за волосами: по данным GFK на эту категорию приходится около четверти всех расходов на косметику и парфюмерию. Продажа по этой категории стагнирует.

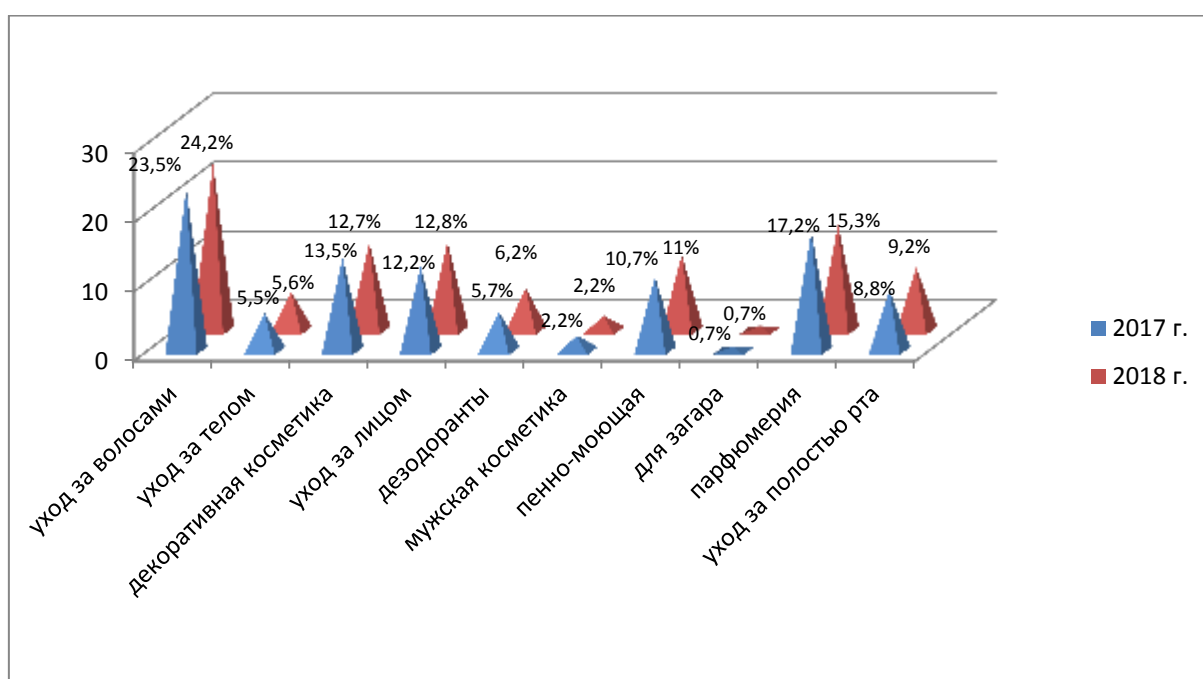


Рис. 8. Структура косметических товаров

В тоже время потребители стали больше интересоваться средствами по уходу за лицом. На эту категорию в прошлом году пришлось примерно 13% всех расходов на парфюмерию и косметику: продажи выросли на 10% в натуральном выражении и на 4,9% в денежном. Особым спросом пользуются маски для лица, продажи которых подскочили на 33% в рублях.

Средства по уходу за волосами остаются самой часто покупаемой категорией и занимают около четверти расходов потребителей на средства персонального ухода.

Меняется демографическая специфика рынка. Наряду с женской аудиторией,

покупателями парфюмерно-косметической продукции становятся мужчины, особенно миллениумы. Пользователями косметики и средств по уходу мужчинами 16 лет и старше является 97% мужского населения. Женщины при покупке отдают предпочтение красителям для волос, средствам для укладки и по уходу за кожей лица.

Мужчины отдают предпочтение средствам по уходу за лицом и телом, средствам по уходу за волосами, средствам для укладки и краскам для волос.

При покупке декоративной косметики аудитория среднего возраста большее внимание уделяет составу продукции, а потребители более молодого возраста учитывают отзывы, рекламу и отдают предпочтение известному бренду и узнаваемости [19].

Сегодня потребители большое внимание уделяют красоте, но поскольку они ограничены временем, они ищут лучшие продукты и более легкий вид ухода для решения проблем с кожей. Средства макияжа отступают на второй план, а категория средств по уходу за кожей становится первоочередной. И если продажи декоративной косметики за 2018 год снизились на 6%, то доля средств по уходу за кожей увеличилась на 4,9% по данным NPD Group [8].

Все многообразие парфюмерии и косметики, включающей как повседневные гигиенические изделия (мыло, шампунь, зубные пасты и др.), так и люксовую продукцию, сегодня предлагают разные субъекты рынка. Продажа осуществляется путем:

- продажи через магазины с помощью продавцов-консультантов;
- продажа через интернет – систему, где могут быть задействованы не только поисковые, но и социальные сети;
- продажа через салоны с привлечением представителей индустрии красоты;
- продажа через дистрибьюторов и агентов;
- продажа через аптечные сети – формат «drugstore».

На фоне общего роста рынка косметики намечается тенденция к сокращению прямых продаж [8].

Особенностью продукции данной отрасли является привлечение для ее реализации аптечных сетей, что можно объяснить наличием в ассортименте лечебной косметики (космоцевтика) и уверенностью покупателей в гарантии качества продукции [8].

Лидерами продаж на рынке парфюмерно-косметической продукции являются торговые сети, в том числе сети магазинов формата «дрогари». В конце 2018 г. на

рынке нашей страны работало 1300 розничных сетей по продаже этих товаров, включая 276 сетей «дрогари» [3]

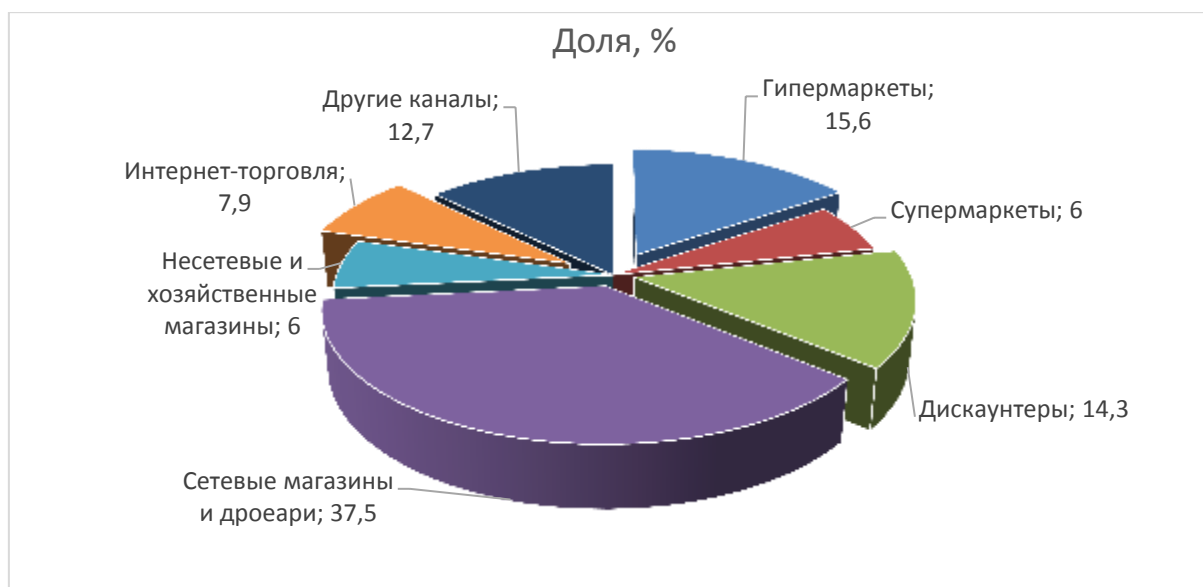


Рис. 9. Структура распределения парфюмерно-косметической продукции

Кроме того, на рынке присутствуют достаточное количество несетевых специализированных магазинов (около 40 тысяч). Нельзя не отметить продажу парфюмерно-косметических товаров не только в мультибрендовых магазинах, но и в магазинах малых форматов (секции, отделы в торговых центрах) [3].

Достаточно известным способом реализации продукции являются прямые продажи, которые используют личные или групповые презентации за пределами мест стационарной торговли. В реализации парфюмерно-косметической продукции доля этого вида продаж не очень высока, в среднем она составляет около 20-25%.

Но самые высокие темпы продаж отмечены в интернет торговле. Интернет-площадки посещают гораздо реже, чем супермаркеты и «дрогари», но средний чек покупки при интернет торговле значительно выше (2,5 товара и 4,2 соответственно).

Половину товаров покупатели приобретают из знакомых уже видов, а третья часть покупок – это новинки рынка. Постоянные покупатели, знакомые с определенными брендами, отдают предпочтение именно им, а новые покупатели очень осторожно используют этот метод, поскольку хочется при покупке такой продукции потрогать и попробовать выбранный товар по запаху.

Поэтому покупатели после знакомства с продукцией в офлайн торговле с желанием переходят на приобретение уже знакомого им товара через интернет площадки [2].

Для розничных предприятий несколько упрощает ситуацию по продвижению на

рынке новых товаров то обстоятельство, что на практике рекламируют и продвигают новый ассортимент сами фирмы-производители, такие как Селдико, Lisap, Essence, Catrice, Sleek MakeUP, Л'Ореаль, Шанель, IQ Beauty, Compagnia Del Colore, Кларанс, Шисейдо (PUC), Байерсдорф, Люмене, Colgate-Palmolive, Gillette, Schauma, Rexona, Vimaks и др.

Список литературы:

1. Александров Е.Л. Состояние розничной торговли современной России: проблемы и перспективы / Е.Л. Александров, Ю.Н. Гришковская, А.О. Кузнецов // Международный научный журнал «Символ науки» 2016. № 12.
2. Денисова Н.И. Успешные технологии продаж на основе инноваций // Сфера услуг: Инновации и качество. 2017. № 31. С. 2.
3. Денисова Н. И., Козлова А.А., Штезель Д.А. Цифровые технологии в ритейле: искусственный интеллект и дополненная реальность. // Сб. материалов III Международной межвузовской научно-практической конференции преподавателей и студентов Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова «Социально-экономическое развитие России: актуальные подходы и перспективные решения», 2019. ноябрь
4. Леоненкова Н.В., Алексеев А.С. Анализ парфюмерно-косметического рынка Российской Федерации и тенденции его развития // Студенческий: электрон. научн. журн. 2019. № 18(62). URL: <https://sibac.info/journal/student/62/140347> (дата обращения: 17.03.2020).
5. Основные тренды года. Маркетинговые особенности корейского косметического рынка. Без иллюзий и розовых очков. <https://bb-mania.livejournal.com/4141.html>
6. Российский парфюмерно-косметический ритейл Итоги 2018 г. Итоги 2018 г прогноз и тенденции развития в 2019-2022 Москва, М.А.Research. 2019 г.
7. Тенденции и перспективы развития российского рынка парфюмерно-косметического ритейла <https://www.retail.ru/articles/141764/>
8. Штезель А.Ю., Тюплева В.А., Давыдова П.Д. Основные направления маркетинговых исследований рынка //Сфера услуг: инновации и качество. - 2019. № 44. - С. 138-144.

УДК 336

*Ермакова Ю.С.,
к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Гирская К.А.,
обучающийся кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОСТОЯНИЕ БЮДЖЕТОВ БЮДЖЕТНОЙ СИСТЕМЫ РФ

ECONOMIC CONSEQUENCES OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC AND THEIR INFLUENCE ON THE STATE OF BUDGETS OF THE BUDGETARY SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация: в статье представлена оценка положения федерального и регионального бюджета Российской Федерации в период ухудшения эпидемиологической обстановки в связи с распространением по всему миру вируса COVID-19. Внимание уделяется предпринятым в данный период мерам преимущественно в экономическом секторе, итогам их реализации, а также изменениям в параметрах федерального бюджета РФ и бюджетов бюджетной системы, приведена характеристика их доходной и расходной частей по оценочным показателям 2019-2020 гг. и на плановый период 2021-2023 гг.

Abstract: the article presents an assessment of the situation of the Federal and regional budgets of the Russian Federation during the period of deterioration of the epidemiological situation due to the spread of the COVID-19 virus around the world. Attention taken in a given period measures primarily in the economic sector, the results of their implementation, as well as changes in the parameters of the Federal budget of the Russian Federation and budgets of the budgetary system, the characteristics of their income and expenditure in the estimates 2019-2020 and the planning period 2021-2023 years.

Ключевые слова: дефицит федерального бюджета, бюджеты субъектов РФ, меры по восстановлению экономики, экономические последствия пандемии коронавируса.

Keywords: the deficit of the Federal budget, budgets of constituent entities of the Russian Federation, measures for economic recovery, the economic consequences of a pandemic coronavirus.

В связи со сложившейся нелёгкой ситуацией, связанной с пандемией COVID-19, возникли экономические проблемы по всему миру, в том числе и в Российской Федерации. Для их решения органы государственной власти Российской Федерации предложили ряд мер, связанных с проведением монетарной и фискальной политики, которая, по их мнению, способна поддерживать текущее финансовое состояние рынков, а также других сфер жизни населения.

Одним из приоритетных направлений деятельности органов власти РФ всегда является проведение бюджетной политики [3, с. 350]. Так, составление плана федерального бюджета каждый год является достаточно важной процедурой, при которой должны быть учтены все финансовые и социально-политические риски [1, с. 24]. Министерство финансов совместно с другими государственными органами детальным образом разрабатывает стратегию дальнейшего развития страны в течение всего года. В 2020 году в связи со сложившейся ситуацией пришлось внести ряд изменений в текущее финансовое и дальнейшее состояние как федерального, так регионального бюджета. Руководствуясь изменением статьи доходов и расходов федерального бюджета, в марте Президент Российской Федерации подписал указ, согласно которому в утверждённый бюджет 2020 и плановый период 2021-2022 гг. были внесены коррективы. Уточнение параметров федерального бюджета было произведено на основе социально-экономического прогноза развития страны, а также на основе ожиданий его исполнения в текущем году.

Эпидемиологическая обстановка и введение карантинных мер оказало сильное воздействие на финансовый рынок Российской Федерации, финансовое состояние предприятий и организаций, физических лиц, что несомненно сказалось на доходной и расходной статьях федерального бюджета и бюджета бюджетной системы. По предварительным оценкам экспертов, бюджет страны будет исполнен с дефицитом, что негативным образом отразится на социально-экономическом развитии страны. Ряд мер, которые приняты с целью поддержки населения позволил максимально стабилизировать ситуацию и снизить финансовые риски как для граждан и хозяйствующих субъектов, так и для экономики в целом. Данный факт подтверждает актуальность тематики исследования данной научной статьи.

Экономика Российской Федерации в течение всего года переживает влияние пандемии намного лучше, чем множество других крупных рынков. Так считает издание «Bloomberg», которое является одним из крупнейших в мире агентств финансово-экономических новостей, представляющих различные сводки [7]. Оно также

предоставило результаты опроса аналитиков, согласно которым экономика страны сократится на 4,8%. В свою очередь, экономисты инвестиционной компании «Ренессанс Капитал» [8] утверждают, что Россия к началу пандемии уже находилась в подготовленной форме: с значительными финансовыми резервами, низкой безработицей, инфляцией, а также со стабильным банковским сектором. При этом, «Ренессанс Капитал» прогнозирует падение ВВП страны на 3,3% в 2020 году и 3,8% в 2021 году.

Можно отметить, что такое оптимальное положение дел связано с введением в 2014 году санкций против Российской Федерации, так как именно по этой причине страна гораздо меньше зависит от внешних потоков капитала [2, с. 59]. А такая сфера деятельности, как малый бизнес, вследствие относительно невысокой доли его в российской экономике, по сравнению с другими странами, пострадала меньше.

Также, несмотря на то, что Российская Федерация в августе не представила задачу войти в топ-5 мировых экономик, помощники Президента РФ сообщают, что вирус поможет стране всё же осуществить и эту цель.

С момента начала кризиса Банк Российской Федерации предпринял шаги для стабилизации финансовых условий. Были предприняты следующие меры:

1. смягчение требований по учету облигаций на балансах банков, приобретенных с 1 марта по 30 сентября (истекает 1 января 2021);
2. смягчение требований по резервированию капитала для розничного и корпоративного бизнеса;
3. предоставление рублевой ликвидности (через каналы среднесрочного РЕПО под залог ценных бумаг и кредитов МСБ);
4. интервенции на валютном рынке (в условиях падения цен Urals ниже \$25/барр.);
5. снижение ключевой ставки на 200 бп (до 4.25%) в сочетании с сохранением умеренно мягкой риторики и снижением диапазона нейтральной процентной ставки на 100 бп (до 5.0-6.0%).

Для борьбы с экономическими последствиями коронавирусной инфекции была разработана определённая стратегия, в частности утверждены антикризисные программы, которые ориентированы в первую очередь на:

1. Поддержку доходов населения.
2. Поддержку и укрепление системы здравоохранения РФ.
3. Поддержку стабильности бюджетов регионов и внебюджетных фондов.

4. Поддержку предприятий и компаний, чья деятельность приостановилась в результате принятия карантинных мер.

Органы государственной власти Российской Федерации с начала пандемии видели перед собой цель сохранение занятости и благосостояния граждан, а также предотвращение массового закрытия и прекращения деятельности предприятий и организаций, что непосредственно отразилось в следующих программах поддержки населения:

1. Увеличение пособий.
2. Уменьшение налоговой нагрузки предприятий, нефтегазовой отрасли и других сфер общественной жизни.
3. Отсрочка кредитов и арендных платежей.
4. Льготное кредитование.
5. Увеличение выплат пособий на детей.

Принятие данных мер повлекло за собой существенные изменения в проекте федерального бюджета. Властям пришлось увеличить статью расходов социальной политики, здравоохранения, национальной безопасности и многие другие, что повлекло за собой появление дефицита федерального бюджета.

Осуществление данных программ способствовало стабилизации экономического положения, несмотря на значительные потери в этой сфере. На ряду с принятием карантинных мер, властям удалось снизить темпы распространения коронавирусной инфекции и нормализовать ситуацию, тем самым повышая рост устойчивости к подобным происшествиям. Нефинансовому сектору также удаётся держать ситуацию под контролем. Также, важно подчеркнуть изменения в сфере рынка труда, в частности уровень безработицы, который увеличился с 4,6% до 6,4% в августе. Данный показатель свидетельствует о напряжённости ситуации, однако не является критическим в сравнении с кризисом 2008-2009 гг., когда он достигал 9%.

Далее перейдем к рассмотрению состояния бюджетов субъектов РФ. Так как целью органов государственной власти в период пандемии является поддержание стабильности как на федеральном, так и на региональном уровне, то необходимо проанализировать доходные и расходные статьи бюджетов субъектов Российской Федерации, что позволит в полной мере отследить основные изменения, которые произошли с начала текущего года.

Министерство Финансов определило, что с начала года, бюджеты субъектов Российской Федерации потеряли около 0,5 трлн рублей собственных доходов

относительно того же периода прошлого года. Он также сообщил, что Минфин Российской Федерации в 2020 году ожидает дефицит региональных бюджетов на уровне 700 млрд. рублей, а в следующем году около 500 млрд. рублей. Более подробная информация касательно текущих ожиданий формирования бюджета на плановый период 2021-2023 годов представлена ниже в таблице 1.

Таблица 1.

Основные показатели исполнения бюджетов субъектов РФ в 2019-2023гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Доходы, млрд. руб.	13572,3	13630,2	14348,0	15036,0	16020,0
% ВВП	12,3	12,7	12,4	12,1	12,1
Собственные доходы, млрд. руб.	11185,1	10161,2	11498,3	12272,4	13138,1
Межбюджетные трансферты, млрд. руб.	2387,2	3469,0	2849,7	2763,6	2881,9
Расходы, млрд. руб.	13567,6	14511,6	14761,5	15256,5	16048,4
% ВВП	12,3	13,6	12,8	12,3	12,1
Дефицит/профицит, млрд. руб.	+4,7	-881,4	-413,6	-220,5	-28,4
%ВВП	0	-0,8	-0,4	-0,2	0

По данным таблицы 1 видно, что в течение данного периода наблюдается динамика снижения дефицита бюджетов субъектов РФ, однако даже в 2023 году не планируется достигнуть уровня 2019 года. Так, можно видеть снижение дефицита бюджета регионов РФ по отношению к валовому внутреннему продукту с 0,4% в 2021 году и до 0,02% в 2022 году. Также, по утверждению Минфина, российская экономика на протяжении следующих 3-х лет будет наращивать объёмы доходов, что, несомненно, является положительным показателем. Однако, на равне с ростом доходов будет наблюдаться и увеличение расходов регионов. Так, в 2023 году они увеличатся на 2480,8 и 1536,8 млрд. рублей по сравнению с уровнем 2019 и 2020 года соответственно. Таким образом, по прогнозам аналитиков и финансистов в Российской Федерации в течение следующих 3-х лет будет наблюдаться стабилизация состояния региональных бюджетов.

Как подчеркнули экономисты, некоторые регионы Российской Федерации оптимизировали расходы и повысили их эффективность, в то время, как уровнем обязательств выше 100% обладает только Мордовия. Важным аспектом поддержки бюджетов регионов являются принятые поправки в Бюджетном кодексе, которые в

некоторых случаях, в частности из-за пандемии в текущем году, позволяют субъектам превышать дефицит бюджета и уровень государственного долга.

В настоящий период наблюдается снижение поступлений в бюджеты 63 регионов. Преимущественно страдают субъекты с ресурсно-ориентированной экономикой. Также, по состоянию на 1 сентября 2020 года в сравнении с августом этого же года в 57 субъектах наблюдается положительная динамика. В свою очередь, если проводить параллель с тем же периодом предыдущего года кассовый разрыв стал постепенно сокращаться.

Если рассматривать источники финансирования дефицита бюджетов субъектов Российской Федерации, то следует выделить основные: кредиты от кредитных организаций, ценные бумаги, остаточные средства на счетах по учету средств региональных бюджетов [4, с 113].

Характеристики федерального бюджета на период 2019-2023 гг.

Можно с уверенностью утверждать, что эффективное проведение бюджетной политики является основным показателем успешного экономического развития страны [1,с.54]. Её реализация в 2020 году значительно отличается от предыдущего года, так как производилась в принципиально разных условиях.

Министерство Финансов [6] на сайте уже предоставило план федерального бюджета на ближайшие три года, а также указало основные доходные и расходные статьи за текущий и предыдущий год. Основные характеристики федерального бюджета представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Основные показатели исполнения федерального бюджета
на период 2019-2023 гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Доходы	20188,8	17852,4	18765,1	20637,5	22262,7
% ВВП	18,3	16,7	16,2	16,6	16,8
Нефтегазовые доходы	7924,3	5127	5987,2	6884,3	7489,8
%ВВП	7,2	4,8	5,2	5,5	5,6
% от общего объёма	39,3	28,7	31,9	33,4	33,6
Ненефтегазовые доходы	12264,5	12725,5	12777,9	13753,2	14772,9
% ВВП	11,1	11,9	11,1	11,1	11,1
% от общего объёма	60,7	71,3	68,1	66,6	66,4
Расходы	18214,5	22561,7	21520,1	21885	23671,3
%ВВП	16,6	21,1	18,6	17,6	17,8

Как видно из таблицы 2, доходы федерального бюджета в 2020 году составят 16,7% ВВП, что на 1,6% меньше по сравнению с 2019 годом. В последующие 3 года будет наблюдаться положительная динамика роста доходов. Так, в 2023 году доходы превысят уровень 2019 года на 2073,9 млрд рублей. В свою очередь, расходы бюджета в 2020 году уже превысили уровень 2019 года на 4347,2 млрд. рублей. Наибольшие расходы федерального бюджета планируются на 2023 год, что на 1109,6 млрд. рублей больше в сравнении с текущим годом. Таким образом, можно заключить, что на плановый период 2021-2023 гг. будет наблюдаться постепенное увеличение номинальных доходов, что свидетельствует о восстановлении экономики после периода карантина в связи с коронавирусной инфекцией.

По ранее предоставленным данным Министерство финансов сообщило, что профицит федерального бюджета Российской Федерации в 2020 году составит 0,8% ВВП, в 2021 году - 0,5% ВВП, в 2022 году - 0,2% ВВП.

Из данных таблицы 2 также видно, что нефтегазовые доходы значительно сократились в сравнении с предыдущим годом на 2797,3 млрд. рублей. Это обусловлено как уменьшением экспорта нефтегазовой продукции в период пандемии, так и падением на мировом рынке цен на нефть. Однако, стоит отметить, что в условиях пандемии этой отрасли были предоставлены налоговые льготы, что позволило, по крайней мере, поддерживать текущее состояние, а также не дать возможности ещё больше увеличить финансовые потери этой сферы.

По данным, предоставленным Минфином, в 2020 году по таким статьям как здравоохранение, социальная политика и образование будет формироваться 3/4 объема дополнительных расходов. Более подробны расходные статьи представлены в таблице 3.

Таблица 3.

Расходы федерального бюджета на период 2019-2023 гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Расходы всего	18214,5	23734,2	21520,1	21885	23671,3
Общегосударственные вопросы	1363,5	3639,1	1582,8	1458,5	1617,2
Национальная оборона	2997,4	3639,1	1582,8	1458,5	1617,2
Национальная экономика	2827,1	3190,7	3326,6	3004,2	3119,7
Образование	826,5	1011,2	1082,7	1052,1	1094,8
Здравоохранение	713	1264,7	1129,4	1134,8	1100,9
Социальная политика	4882,8	5767,1	5594,5	5762,1	6073,9

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Обслуживание госдолга	730,8	897	1203,9	1365,1	1611
ЖКХ	282,2	384	322,2	296,1	417,3
СМИ	103,5	101,2	102,8	102,2	102,4

Так, в 2020 году расходные статьи федерального бюджета на здравоохранение вырастут более чем на 50%. Данный показатель является рекордным начиная с 2005 года. Безусловно, текущая динамика определяется мерами, предпринимаемыми государством с целью защиты здоровья граждан и уменьшению летальных исходов, которых было достаточно большое количество с начала 2020 года. Также, аппарат правительства уточнил, что расходы на науку в следующем году увеличатся на 33%, а, в свою очередь, расходы на национальную оборону в 2020 году снизятся.

2020 год характеризуется значительным дефицитом федерального бюджета. На это повлияло снижение деловой активности в период введения карантинных мер, что повлекло за собой уменьшение доходов как отдельных граждан, так и всей бюджетной системы. Также, на текущем этапе осуществляется финансирование различных антикризисных мер, связанных с поддержкой экономической сферы и населения в целом. Данная тенденция приведёт к дефициту федерального бюджета и в 2021 году [6]. В таблице 4 представлены источники финансовой поддержки дефицита федерального бюджета на плановый период 2019-2023 гг.

Таблица 4.

Источники финансирования дефицита федерального бюджета
на период 2019-2023 гг.

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Источники финансирования дефицита	-1974,3	4709,3	2755	1247,5	1408,6
Источники внутреннего финансирования дефицита	-2268,4	4977	2738,1	1391,3	1627,8
Использование ФНБ	4,7	342,1	95	3,8	3,8
Государственные ценные бумаги	1377,6	4500,7	2681,6	2056,1	2400,9
Приватизация	11,5	11,8	3,6	3,6	3,3
Бюджетные кредиты	53,3	8,4	54,4	58,4	46,1
Источники внешнего финансирования	289,3	-267,7	16,9	-143,8	-219,2
Заемные источники	260	-99,3	256	41,9	-13,1
Государственные кредиты	29,4	-166,9	-234,6	-183,8	-197,5

Исходя из данных, которые предоставил Минфин видно, что основной упор на преодоление дефицита бюджета будет сделан на внутреннее финансирование с помощью таких мер, как осуществление приватизации, заимствование бюджетных кредитов, выпуск и продажа государственных ценных бумаг. Видно, что наибольшее количество финансовых средств приходится на 2020 год, в то время, как в следующие 3 года использование ФНБ значительно снизится, что свидетельствует о положительной динамике уменьшения дефицита государственного бюджета. План заимствования поможет осуществить и сделать более гибким значительный уровень сберегательных средств, которые находятся на бюджетном счету. Следует отметить, что сохранить уровень долговой нагрузки на устойчивом уровне позволит создание уже с 2022 года параметров при учёте «бюджетных правил».

При анализе состояния федерального бюджета страны важным макроэкономическим показателем является инфляция. В проекте федерального бюджета Министерство Финансов указало прогноз данного показателя в 2020 году на уровне 3 % в годовом выражении. В свою очередь индекс роста потребительских цен в 2021 году составит 3,7%, в 2022 году-4% и сохранит данную ставку до 2023 года включительно.

Из-за возникших проблем, связанных с появлением вирусной инфекции COVID-19, в 2020 году во многом изменились условия реализации экономической политики. Глобальные процессы заставили весь мир внести ряд коррективов по поводу дальнейшего социально-экономического развития стран. Проведя анализ финансового положения Российской Федерации на текущий период, можно сделать вывод, что применяемые меры по борьбе с коронавирусной инфекцией привели к стабилизации и сдерживанию её распространения, однако, важно отметить, что мы оказались в беспрецедентном в послевоенное время положении.

Сокращение экономической активности повлекло за собой падение как сырьевых, так и финансовых рынков, что, безусловно, сказалось на исполнении плана федерального бюджета РФ в 2020 году и повлекло за собой последствия в его формировании на ближайшие три года. Однако, если не обращать внимания на все потрясения, то можно отметить, что принятые бюджетные меры позволили сохранить более устойчивое положение таких макроэкономических показателей, как инфляция, сберегательное поведение населения и пассивная база банковского сектора. Эти меры также позволили оказать поддержку гражданам РФ, а также малому предпринимательству, которое оказалось в тяжёлом положении в результате введения карантина.

Благодаря анализу состояния федерального и регионального бюджета, удалось сделать вывод что увеличение расходной части на осуществление антикризисных мер, а также уменьшение доходной части повлекло за собой значительно увеличение дефицита в утверждённом федеральном бюджете. Также, в настоящее время всё ещё предусматривается продолжение финансирования некоторых антикризисных программ, что свидетельствует о продолжении текущего состояния в 2021 году. Таким образом, можно отметить, что созданные условия позволят в ближайшие годы выйти в обычный режим и достигнуть, как минимум, сбалансированности федерального бюджета, а, как максимум, и вовсе прийти к его профициту.

Список литературы:

1. Иванова Н.Г. Бюджетная система Российской Федерации: учебник и практикум для академического бакалавриата Н. Г. Иванова [и др.] ; под редакцией Н. Г. Ивановой, М. И. Канкуловой. – 2-е изд., перераб. и доп.- Москва : Издательство Юрайт, 2019 – 381 с.
2. Гергова Л.А.К., Оптимизация федерального бюджета /Л.А.К. Гергова// Аллея науки. – 2018. - Т. 3. № 9 (25). - С. 59-62.
3. Гергова Л.А.К., Формирование федерального бюджета: внутренние и внешние факторы /Л.А.К. Гергова// Аллея науки. - 2018. Т. 5. № 9 (25). - С. 349-352.
4. Калашник, Н.А., Агрба, С.В., Меликсетян, С.Н. Эффективное использование средств федерального бюджета /Н.А. Калашник, С.В. Агрба, С.Н. Меликсетян// В сборнике: Материалы XXXIX Международной научно-практической конференции. - 2018. - С. 110-113.
5. Расторгуева Н.Ф., Порчерян И.А., Актуальные проблемы формирования федерального бюджета на 2019-2021 гг. /Н.Ф. Расторгуева, И.А. Порчерян// Оценка программ и политик в условиях нового государственного управления: Сб. ст. Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией И.В. Баранова. - 2018. - С. 140-145.
6. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.minfin.gov.ru>
7. Официальный сайт издания «Bloomberg» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com>
8. Официальный сайт компании Ренессанс капитал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/tags/?tag=«Ренессанс+Капитал»>

УДК 332.025.28

*Козловская С.А.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*
*Климова Е.А.,
обучающийся
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПРИВАТИЗАЦИИ В РОССИИ В 90-Е ГОДЫ XX ВЕКА

DEVELOPMENT TRAJECTORY PRIVATIZATION IN RUSSIA IN THE 90S OF THE XX CENTURY

Аннотация: Целесообразность написания данной статьи обусловлена значимостью данной проблемы для нашей страны и её актуальностью на современном этапе социально-экономического развития РФ.

Abstract: The expediency of writing this article is due to the significance of this problem for our country and its relevance at the present stage of the socio-economic development of the Russian Federation.

Ключевые слова: приватизация, инвестиции, разгосударствление, реформы, бюджет, ваучер.

Keywords: privatization, investment, denationalization, reforms, budget, voucher.

После распада СССР разгорелась бурная дискуссия о методах реформирования и приватизации собственности. Сформировались две группы экономистов, которые предлагали разные методы реформ имущественных отношений в государстве. Первая группа экономистов во главе с Гайдаром Е.Т. предлагала довольно радикальный вариант реформы имущественных отношений. Предложения данной группы экономистов были записаны в документ «Программы экономических реформ», выпущенный в 1991 г. Второе сообщество экономических деятелей, поддержавших реформы о приватизации государственного имущества, была представлена во главе Явлинского Г.А. Данная группа экономистов разработала программу «500 дней». В данной программе говорилось о том, что в первые сто дней нужно было провести двухэтапное разгосударствление экономики страны. То есть крупномасштабные компании необходимо реорганизовать в акционерные сообщества, а малые компании торговли, а также сферы услуг приватизировать.

Представители либеральной идеологии выступали против приверженцев мягкой, постепенной реформы общегосударственного имущества. Порекомендованные ими проекты приватизации включали в себя поэтапное ограничение значимости правительства в экономике. Приверженцы постепенного реформирования экономики СССР защищали идею «определенного русского пути» в модернизации экономики. Данная идея была схожа с моделью смешанной экономики, где личное имущество довольствовалось секторами промышленности, сферой услуг, а также высокотехнологичными секторами экономики [10].

Осенью 1991 г. Б. Ельцин образовал руководство, в которое вступили приверженцы первой группы экономических деятелей во главе с Е. Гайдаром. Данное руководство обязано было начать реформирование имущественных отношений. Они разработали государственную программу разгосударствления имущества и утвердили её 11 июня 1992 года. В данной программе была разработана определенная система разгосударствления.

Национальная приватизационная программа включала в себя разгосударствления имущества в 2 стадии. Первая стадия контроля должна была наступить в начале лета 1992 г. и закончиться в середине лета 1994 г. В 1992 г. планировалось осуществить «малое» разгосударствление компаний торговли, продовольствия и бытового сервиса; малых компаний питания и легкой индустрии.

Выбор метода приватизации осуществлялся исходя из размера компании. Исходя из этого, компании были разделены на 3 группы, каждая из которых имела свои требования разгосударствления. Рассмотрим более подробно в таблице 1.

Таблица 1.

Размеры компаний и требования разгосударствления.

Категория компании	Условия
Малая (менее 200 сотрудников)	Приватизация без корпоратизации
Средняя (от 200 до 1000 сотрудников)	Добровольная корпоратизация
Крупная (более 1000 сотрудников)	Обязательная корпоратизация

Проанализировав таблицу 1, можно сделать вывод о том, что малые компании не обязаны были проходить процедуру корпоратизации. Однако крупная компания должна была в принудительном режиме проходить данную процедуру.

Небольшие компании с численностью до 199 работников и стоимостью основных средств менее 1 млн. руб. подлежали реализации на аукционах. Компании с численностью сотрудников больше чем тысяча человек и стоимостью основных средств больше чем пятьдесят миллионов рублей подверглись разгосударствлению с

помощью преобразования их в открытые акционерные общества. С середины лета 1994 г. предполагалось переключиться ко 2-ой денежной стадии разгосударствления, в процессе прекращено свободное предоставление бюджетной собственности.

Формирование современной экономической и социальной структуры населения являлось главной целью 1-ой стадии разгосударствления, сформулированной руководителями реформ имущественных отношений. Но из числа объявленных целей главной - политической - не оказалась. Согласно замыслу создателей проекта, разгосударствление должно было сделать реформы необратимыми.

Важную значимость имела также внешнеполитические условия. За проведением отечественных реформ пристально следили и западное правительство. Руководители реформ пытались обосновать интернациональным учреждениям, в первую очередь МВФ, собственную приверженность изменениям, а также стремление следовать согласно выбранному пути до конца.

В первоначальной стадии разгосударствления было достигнуто обширное внутриэлитное компромиссное решение, преодолено противодействие авторитетных групп интересов, а также трудящихся обществ в целом. Однако правительство боялось увеличения общественной напряженности в государстве. Для «нейтрализации» вероятного роста общественного недовольства была предложена система, которая уже использовалась в других странах. Было принято решение предоставлять ваучеры абсолютно всем жителям страны.

Механизм ваучеров был внедрен Указом Президента в августе 92 г. Ваучеры были выданы с ноября 1992 г. по январь 1993 г., за этот период 140 млн. (96 %) граждан России приобрели данные чеки. Все держатели данного чека обладали правом использовать свой ваучер при подписке на акции собственной компании, принимать участие в чековом аукционе, приобрести акции чекового фонда инвестиций. В то же время в России появились чековые инвестиционные фонды (ЧИФы), а в Российской Федерации за короткое время было сформировано около четырехста ЧИФов. На самом деле разгосударствление чеков оказалась исключительно популистской мерой, а менеджеры преобразовались в своеобразную финансовую пирамиду, которая выкачивает деньги у жителей страны.

Рассмотрим динамику приватизации предприятий в России в период с 1992 – 1999 гг. (рис.1).

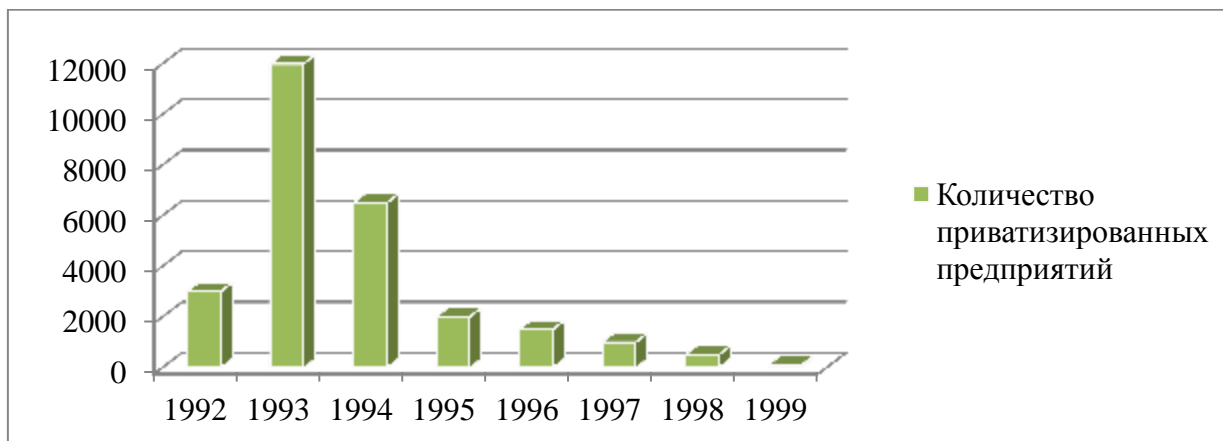


Рис.1. Динамика приватизации предприятий в России в период с 1992 – 1999 года.

Проанализировав рисунок 1, были сделаны следующие выводы. Пик разгосударствления произошел в 1993 году. В промежуток с 1992 г. по 1994 г. в РФ было приватизировано более 110 тысяч компаний, в которых было занято более 2/3 работников промышленности.

Это никак не привело к формированию массового запаса владельцев: с 1992 г. по 1994 г. имущество было в большинстве случаев сконцентрировано у акционеров, которые были представлены руководителями и сотрудниками компании. В декабре 1994 г. около 57 % приватизированного имущества относилось к данной группе владельцев. Также не были завоеваны и иные миссии приватизации. К примеру, имущество никак не передалось в руки реальных владельцев, не произошла реструктуризация производства, увеличение производительности, а также вовлечение зарубежных денежных вложений. Достижение данных целей было передвинуто на последующую (денежную) стадию разгосударствления.

Период приватизации ваучеров закончился в середине 1994 г. Главным законным документом, регламентирующим переход к последующей стадии, стал Приказ Президента РФ от 22 июля 1994 года. На данной стадии направление приватизации изменилось таким образом, что от свободного и стремительного распределения имущества необходимо было переключиться к её настоящему процессу продажи в процессе сравнительной «медленной» разгосударствления.

С целью привлечения денежных вложений были выставлены на финансовые аукционы и инвестиционные конкурсы, большие пакеты акций, т.е. не меньше 20 % основного фонда компании. Денежная фаза разгосударствления была необходима с целью гарантирования осуществления 3 задач стратегии:

1. Развитие инвестора, который владеет внушительным пакетом акций.
2. Предоставление приватизируемым компаниям денежные средства необходимые для скелетной перестройки.
3. Наполнение прибыльной доли бюджета.

На второй стадии разгосударствления темпы реформирования существенно замедлились. В середине 90-х годов произошло разгосударствление более 10 тысяч компаний, а количественные характеристики приватизации уменьшились в два раза в сравнение с 1994 г. Также вместе с тем, как фиксируют специалисты, поменялся и профиль компании, минувших приватизацию. В большинстве случаев это были крупные и средние компании базовых отраслей, которые составляли промышленный потенциал государства [8].

В конце 1995 г. процедура приватизации в РФ прекратился. В то же время бюджетная цель разгосударствления в 1995 г. была поставлена на уровне 8 трлн. руб., и она должна быть достигнута. В тот момент, когда рассматривался государственный бюджет на 1995 г., Госкомимущество предполагало, что можно будет продавать акции нефтяных предприятий. Однако когда госбюджет уже был установлен, Госдума запретила реализацию топливно-энергетических компаний.

Характерной чертой разгосударствления является сохранение существенной доли акций приватизируемых компаний в государственном имуществе [4].

Рассмотрим доли государственного имущества в акциях компаний, которые были приватизированы на 1996 год (табл.2).

Таблица 2.

Доля государственного имущества в акциях компаний, которые были приватизированы на 1996 год.

Отрасль	%
Целлюлозно-бумажная промышленность	19
Металлургия	16
Телекоммуникации	37
Машиностроение	58
Нефтедобыча	40

Проанализировав таблицу 2, можно сделать вывод о том, что данные компании стали смешанными.

В конце августа 1995 г. правительство постановило указ об аукционе ценных бумаг. В конце 1995 г. были реализованы аукционы по реализации акций 11 компаний. Реальный объем прибыли государственного бюджета от реализации акций составил более 5 трлн. руб.

Реформа приватизации имущества в РФ была проведена рекордно быстро и в короткие сроки. Ни одно государство с переходной экономикой никогда не переживало такой быстрой трансформации госсектора. В процессе реформирования недвижимости приоритет отдавался политическим целям, а не задачам повышения уровня экономики страны. В то же время приверженцы либерализма акцентируют внимание на то, что главной целью руководителей было «порвать» с командно-административной системой и выработать базу современной рыночной экономики [5].

Способы и методы разгосударствления способствовали криминализации отечественной экономики, а также увеличению коррупции в РФ. Значительное участие в разгосударствление принимали преступные группировки. На начальных стадиях приватизации приблизительно 40 % денежных средств и 80 % «голосующих» акций передалось в руки преступного общества. За период реформ количество экономических правонарушений в общем числе правонарушений, которые были совершены в РФ, неуклонно росла.

Анализируя некоторые проблемы приватизации в России, мы можем сделать вывод, что несовершенство законодательной базы, а в частности зачастую ее отставание от современных реалий, ее спонтанность, породило огромное количество нарушений законных интересов как со стороны государства, так и со стороны граждан, отсутствие должного контроля за приватизацией породило процветающую коррупцию. Для искоренения нарушений в рассматриваемой сфере в конце 2013 г. в полиции появилось новое подразделение «отдел по борьбе с преступлениями, связанными с приватизацией государственной собственности», которое, имея властные полномочия и преследуя основную цель выявление и раскрытие преступлений может значительно уменьшить количество нарушений закона в области приватизации государственного и муниципального имущества и, следовательно, увеличить доход государства.

Список литературы:

1. Федеральный Закон от 1.12.2001 № 178-ФЗ (ред. от 06.04.2015) «О приватизации государственного и муниципального имущества»//Консультант Плюс.
2. Прогнозный план (программа) приватизации федерального имущества и основные направлений приватизации федерального имущества на 2014-2016 годы:

распоряжение Правительства Российской Федерации от 01.07.2013 № 1111-р (ред. от 17.12.2015)//Собрание законодательства РФ.-2013. № 28. ст. 3842

3. Балашова И.В., Козловская С.А. Иностраннный капитал в экономике СССР. Журнал «Сфера услуг: инновации и качество» - № 44. 2019.

4. Веприкова М.Я., Козловская С.А. Корпоративная культура: роль и место в совершенствовании результатов деятельности коммерческой организации. Журнал «Экономика и предпринимательство». 2020. № 1 (114). 1029-1033.

5. Козловская С.А. Частно-государственное партнерство в современной экономической политике. В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народнохозяйственных комплексов. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. 2019. С. 120-123.

6. Путин, В.В. Россия и меняющийся мир//Московские новости. 2019. № 225

7. Путин, В.В. Быть сильными: гарантии национальной безопасности для России//Российская газета. 19 февраля 2018 года

8. Коптев, В. П. Российская приватизация и формирование национальной модели управления предприятием//Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 31. С. 88-92.

9. Косов, Н. С. Макроэкономика/Н.С. Косов, Н.И. Саталкина, Ю.О. Терехова — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 264 с.

10. Сабирова, Л.Л. Отдельные аспекты приватизации государственного и муниципального имущества на современном этапе//Вестник Казанского юридического института МВД России. 2017. № 9.

11. Скворцов, О. Ю. Приватизационное право: учебное пособие/О. Ю. Скворцов. -М., 2019. -272 с.

УДК 338.3

*Кутин М.В.,
д.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Джинджолия Л.Г.,
обучающийся
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ. ВЫБОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ

COMPETITIVE STRATEGY OF THE ENTERPRISE. SELECTING A COMPETITIVE STRATEGY

Аннотация: В статье анализируется разработка конкурентной стратегии развития предприятий, перечислены задачи, элементы и этапы конкурентной стратегии. Основная цель расследование заключается в определении путей повышения эффективности и организации разработки стратегического планирования в эффективности и организации разработки стратегического планирования в предприятии.

Abstract: The article analyzes the development of a competitive strategy for the development of enterprises, lists the tasks, elements and stages of a competitive strategy. The main purpose of the investigation is to identify ways to improve the efficiency and organization of strategic planning development in the efficiency and organization of strategic planning development in the enterprise.

Ключевые слова: Enterprise, competitive strategy, business, organization, competitor, strategy.

Keywords: предприятие, конкурентная стратегия, бизнес, организация, конкурент, стратегия.

В современной экономической ситуации компании, организации и фирмы стремятся по максимуму использовать свои возможности, чтобы удержаться на конкурентном рынке. Организациям постоянно приходится разрабатывать мероприятия по поддержанию своей конкурентоспособности и разрабатывать конкурентные стратегии. Сейчас стало очевидным сочетание краткосрочных и долгосрочных планов для удержания на рынке, поэтому сформировалось много вариантов конкурентных стратегий.

Поддержание конкурентоспособности заставляет организации разрабатывать разнообразные пути повышения конкурентоспособности. Для организации это сложный выбор, который она должна сделать, но от него будет зависеть его конкурентная борьба. Отсутствие у организации стратегического планирования конкурентной борьбы свидетельствует о плохой организации. Со временем такие организации начинают испытывать нехватку инвестиций, показывают низкую прибыль. Организации, не выбравшие себе конкурентную стратегию, всегда уступают другим организациям на конкурентном рынке. Стремясь задействовать, как можно больше сфер без конкурентной стратегии организации не смогут укрепиться на рынке, и будут уступать организациям, реализующим определенную стратегию.

Тема является очень актуальной, потому что организациям необходимо выйти на рынок, выжить в конкурентной среде только с помощью конкурентной стратегии. В практике современных организаций разработка и реализация стратегических стратегий уже обычной практикой. Разработка стратегических планов и применение конкурентных стратегий – основное направление деятельности конкурентоспособной организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать понятие конкурентной стратегии;
- причислить основные виды конкурентных стратегий и требований к их реализации;
- проанализировать деятельность организации;
- разработать рекомендации по выбору конкурентной стратегии.

При создании курсовой работы были задействованы учебная литература, справочная литература, статьи в периодических и специализированных изданиях и интернет. Курсовая работа состоит из введения, теоретической и практической частей, рекомендаций и заключения.

Стратегия представляет собой долгосрочное и качественное определение направления развития организации, включая разработанную на перспективу систему мер, которые обеспечивают достижение конкретных намеченных организацией целей. Через принятие и реализацию конкурентной стратегии организация стремится занять конкурентную рыночную нишу. Добиться устойчивости и выгодной позиции – основная установка при принятии стратегической стратегии.

Для каждой организации выявить условия конкурентной борьбы является основной процедурой. Конкурентная среда предприятия с одной стороны

характеризуется уровнем развития социальной, технологической и политической сферой, а с другой – поступками субъектов рынка, которые активное в своей работе используют все достижения в науке, в управленческо-предпринимательской сфере. Полная картина конкурентной среды предоставляет организации возможность спрогнозировать и реализовать свою конкурентную позицию. Для всех отделов и подразделений организации конкурентная стратегия будет обобщающим основанием в последующей работе.

Организация будет иметь конкурентное преимущество, если ее уровень работы с клиентами будет выше, чем у конкурента и тогда она сможет противостоять давлению конкурентных сил. Со временем сложились разные способы достижения конкурентного преимущества, например приобретение высококачественных материалов, сырья, идеальное обслуживание клиентов, разработка дополнительного сервисного обслуживания, цены, удобный график работы и расположение торговой точки, постоянные разработки новинок и их внедрение и т.д.

Организация всегда ориентируется на конечного потребителя, поэтому стремятся предложить товар, удовлетворяющий их требованиям, а именно – приобрести товар по низкой цене или лучшего качества, чем у конкурента, но чуть дороже. Конкурентная позиция заключается «в выборе позиции на рынке, исходя из оценки конкурентной среды, собственных и чужих преимуществ и недостатков, и ее корректирование в зависимости от влияния факторов окружающей среды» [5, с. 34].

В многообразии методов конкуренции выделяют два вида конкуренции – ценовую и неценовую, которые наиболее часто выбираются организациями. На рисунке 1 показаны виды конкуренции.

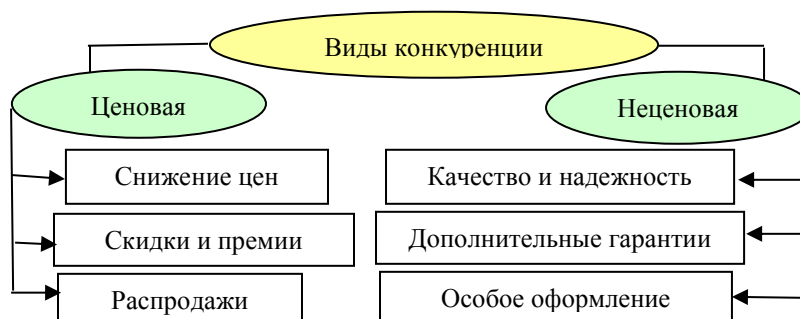


Рис. 1. Виды конкуренции

Охарактеризуем каждый вид конкуренции. Ценовая конкуренция – это «ценовые тенденции, которые с течением времени при конкурентом поведении фирмы могут

обеспечить перепозиционирование товарного ассортимента и формирование конкурентных преимуществ» [5, с.35]. Этот метод опирается «на использовании правил, когда установление цены не ограничивается только его покупной ценой, а корректируется на состояние жизненного цикла товара конкурента» [5, с.35]. Смысл этого вида конкуренции заключается в установлении цены с оглядкой на цену конкурента, но с учетом того, что его цена является невыгодной с оглядкой на стадию жизненного цикла товара по сравнению с предлагаемой ценой.

Широкий спектр способов завоевания конкурентов представлен в неценовой конкуренции. Выделим основные направления неценовой конкуренции:

- качество и надежность;
- инновации и автоматизация производства;
- дополнительные гарантии;
- использование перспективных каналов распределения;
- оригинальное оформление;
- принципы стимулирования продаж;
- реклама.

Не последнюю роль в определении оценки конкурентоспособности предприятия играет диагностика финансового положения предприятия на рынке. Такой показатель отражает прогноз относительно его агрессивности и соответствует ли управленческой позиции, которую наметило предприятие в своем стратегическом управлении.

Подходы к управлению предприятием, инициативы для привлечения потребителей, ведение конкурентной борьбы, управление конкурентной позицией предприятия – это позиции, которые освещают в конкурентной стратегии предприятия.

При выборе той или иной конкурентной стратегии предприятие ориентируется на три фактора:

- конкурентная позиция предприятия (т.е. предприятие определяет для себя, является ли оно лидером рынка, претендентом на лидерство, последователем или обитателем определенной ниши);
- стратегическая задача (т.е. предприятие стремится к доминирующему положению на конкурентном рынке и рассчитывает со временем занять выгодную прибыльную нишу);
- рыночная ситуация (т.е. определение этапа жизненного цикла предприятия, находится ли оно на раннем этапе или на последних фазах).

Подведем итог, под конкурентной стратегией понимается определенный набор подходов к деятельности предприятия и инициативы, используемые для привлечения потребителей, ведения конкурентной борьбы и управления своей позицией на конкурентном рынке.

Практика деятельности организаций разного типа выработала различные подходы к классификации конкурентных стратегий.

В общем виде можно выделить классификацию конкурентной стратегии, основанную на конкурентных преимуществах, таких как низкие издержки и дифференциация продукции. Эти два преимущества дают возможность выработать три конкурентные стратегии:

- минимизация издержек;
- дифференциация;
- фокусирование.

Масштаб конкуренции	Широкие целевые сегменты	1. Лидерство в минимизации издержек	2. Дифференциация
	Узкие целевые сегменты	3А. Фокусирование на издержках	3В. Фокусирование на дифференциации

Рис. 2. Виды конкурентных стратегий

Рассмотрим каждый вид стратегии.

В стратегии минимизации издержек организация стремится наладить малозатратное производство продукции. Организации, выбирающие эту стратегию имеют широкую сферу деятельности, то есть у них широкий ассортимент товаров, услуг, несколько задействованных сегментов рынка, поэтому они легко могут позволить себе добиться лидерства в минимизации издержек. Для того чтобы добиться лидерства по издержкам, необходимо уменьшить общие издержки производства. Этому содействует два способа. Первый заключается в том, чтобы делать работу лучше, чем конкурент, эффективнее осуществляя работу по всей линии операции от планирования до выпуска. Второй способ заключается в исправлении цепочки ценностей организации

вплоть до объединения работы или отказа от высоко затратных действий в цепочке ценностей.

Организация, добившаяся лидерства в сокращении издержек и удерживает лидерство, то ей свойственно будет получение прибыли. При этом основной товар организации оценивается потребителями и сопоставляется с другими аналогичными в пользу лидера. Поэтому организация может снизить цену, чтобы удерживать конкуренцию. Однако все равно остается риск неблагоприятного исхода.

Стратегия лидера стремится минимизировать издержки, для того чтобы удержать позиции на рынке конкурентов. Эта стратегия перспективна при условии, что конкурентные преимущества по издержкам показывают стабильность в основных позициях.

Стратегия дифференциации заключается в том, чтобы удержать уникальное положение за счет включения в продукт, услугу свойства, которые оценят большинство потребителей. Эти свойства, главные при выборе товара потребителями, а организация, позиционируя свою продукцию как уникальную, заставляют покупателей платить намного больше реальной стоимости товара.

Организация сможет работать успешно, если наценка на товар превышает дополнительные издержки на дифференциацию, которые придадут уникальность ему. Следовательно, организации отдавая предпочтение стратегии дифференциации стремится к уравниванию издержек по сравнению с конкурентами. Дифференциация призвана закрепить организацию на долгое время на рынке и обеспечить прибыльное конкурентное преимущество. Дифференциация будет основываться на технических совершенствованиях и качественном обслуживании клиентов.

Стратегия дифференциации в отличие от вышеописанной стратегии не ставит условием наличие на рынке только одного лидера, однако есть одно условие. Товары, реализуемые организацией, должны иметь несколько параметров, которые ценятся покупателями.

Следующая стратегия – это стратегия фокусирования. Она отлична от других, так как специализируется на выборе узкого сегмента рынка или группы сегментов. Выбрав такой узкий сегмент, организация направляет все свои усилия на обслуживание этого сегмента. В этом случае происходит оптимизация усилий организации на получение конкретных конкурентных преимуществ. Стратегия фокусирования подразделяется на два вида:

- фокусирование на издержках, при которой организация сосредотачивает свои усилия на узком сегменте с уменьшением затрат на производство продукции;
- фокусирование на дифференциации, которое заключается в дифференциации сегмента для покупателя с повышенными требованиями к продукции.

В целевой сегмент включены потребители, которые стремятся получить товар, отвечающий определенным стандартам, нормам. Сущность стратегии фокусирования заключается в том, что организация получит доход за счет особенностей данного сегмента, которые отличают его от остальных. Чтобы сфокусированная стратегия сработала необходимо соблюсти определенные требования, например:

- сегмент слишком большой, чтобы быть прибыльным;
- сегмент имеет хороший потенциал для роста;
- компания, использующая стратегию фокусирования, имеет достаточно навыков и ресурсов для успешной работы на сегменте;
- компания может защищать себя от бросающих вызов фирм благодаря благожелательности клиентов и своим незаурядным способностям в обслуживании покупателей сегмента.

Но, отметим, что все стратегии сам по себе не приведут к высоким результатам работы. Успеха добиться можно будет только при условии, что организация остановится на стратегии отличной от стратегии конкурента и разрабатывает последовательные этапы ее внедрения. Все этапы стратегии так или иначе подвержены риску.

Ф. Котлер предложил свои четыре вида конкурентных стратегий, положив в основу доли рынка, занимаемые организациями. Классификация стратегий представлена на рисунке 3.

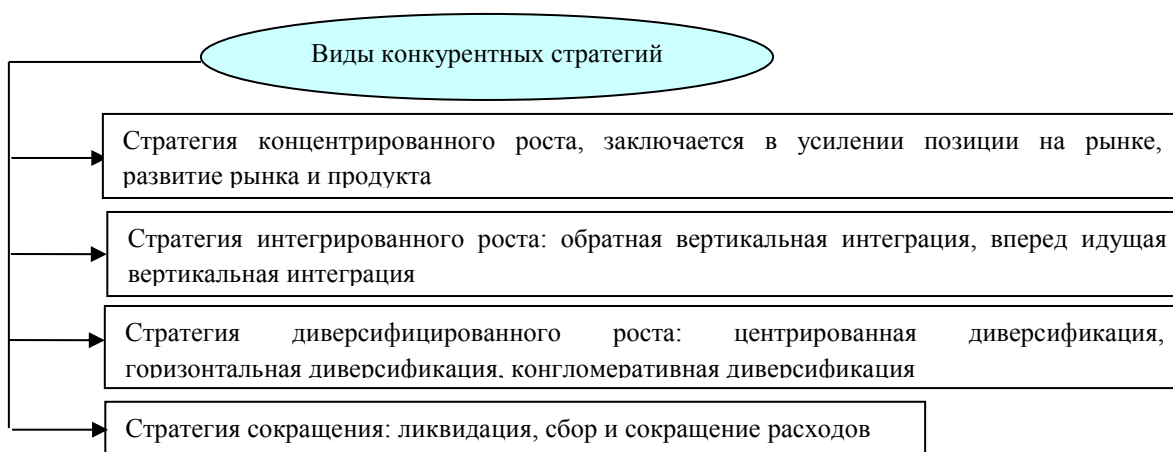


Рис. 3. Классификация конкурентных стратегий по Ф. Котлеру

Стоит отметить, что работая в двух и более нишах, организации увеличивают свои шансы на закрепление в конкурентной борьбе.

Практика выработала также классификацию стратегий по группам товаров, представлена на рисунке 4.

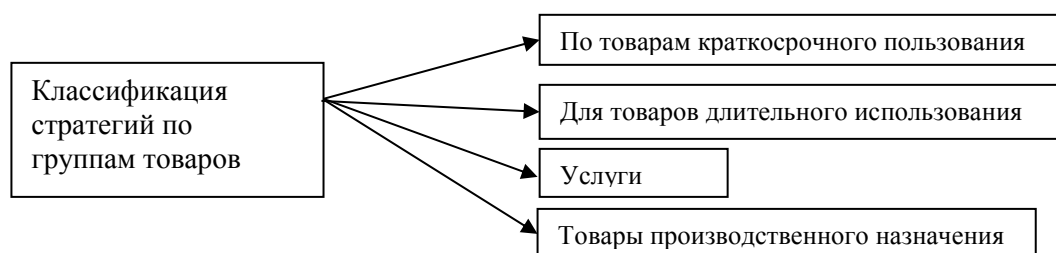


Рис. 4. Классификация стратегий по товару

Подведем итог, в зависимости от конкретного сочетания будет зависеть выбор той или иной конкурентной стратегии для организации.

Организации, действующие в современных условиях рынка, стремятся закрепиться на нём. Со своей стороны организации разрабатывают долгосрочные стратегии, соответствующие конъюнктуре рынка, сложившейся конкуренции возможностям организации.

Выработка конкурентной стратегии вошла в практику всех организаций, предприятий и фирм. Разрабатывая конкурентную стратегию, организация четко прописывает свою позицию на нем, определяет, какую нишу займет в ближайшее время, является ли она лидером, либо может стать таковым. При этом проводится конкретный анализ конкурентов и проводится оценка собственных возможностей.

Организации анализируют каждый сегмент рынка, выявляя его характерные черты, например, поведение потребителей. После такого анализа организация выстраивает собственную конкурентную стратегию, сообразно рыночной ситуации. Однако существует положение о том, сколько выделяется ситуаций столько и существует типов стратегий.

Организации, уверенно занимающие определенную позицию на рынке, имеют возможность получать высокую и стабильную прибыль. Чтобы эффективно работать организация должна иметь устойчивое конкурентное преимущество. Как правило, при анализе-сравнении у каждой организации есть свои сильные и слабые стороны в отличие от конкурентов. Выявляя эти позиции, организация сможет укрепить свою

конкурентную позицию на рынке. Как правило, они обладают двумя видами конкурентных преимуществ, а именно низкими издержками и дифференциацией продукта. Слабые и сильные стороны организации будут направлять ее деятельность по снижению издержек, и добиться наибольшей дифференциации.

Оценивая реализуемую стратегию можно предложить организации выработать несколько стратегических вариантов, основанных на сравнении с желаемым уровнем достижения цели. Можно перечислить следующие критерии стратегии:

- последовательность осуществления стратегии;
- согласованность с требованиями среды;
- осуществимость стратегии;
- приемлемость для групп влияния;
- преимущества по отношению к конкурентам.

Стратегия, соотносится с ее возможностями и соответствует выделенным целям. Стратегия дифференциации является оптимальным способом реализации имеющихся ресурсов организации. Организация имеет достаточные финансовые и человеческие ресурсы, а также уникальную базу с проектировочными решениями.

В области недвижимости для потребителей становится привлекательным тот момент, что организация может предложить уникальные проекты, сроки исполнения заказа, надежности в эксплуатации. На эти моменты организации стоит обратить внимание при раскрутки своего имиджа.

Можно также порекомендовать стратегию претендентов на лидерство, так как определенные лидерские начала у организации уже выявлены, но организации необходим выход на другие рынки с расширением конкретных действий, которые скажутся на появлении новой доли рынка. рекомендуется следующие стратегии:

- стратегия расширения ассортимента продукции, то есть необходимо предлагать потребителям широкий выбор объектов недвижимости, например внедрение в практику строительства жилья «эконом-класса»;

- стратегия инноваций, то есть организация должна постоянно выдвигать на рынок новые виды продукции, например помимо простого жилого комплекса рекомендуется ввести в его план школу или сад;

- стратегия повышения уровня обслуживания клиентов подразумевает предоставление клиентам новых качественных услуг, например ипотечные или кредитные программы.

Так как недвижимостью это товар длительного использования, основополагающим выбором стратегии должна стать ставка на отличные эксплуатационные характеристики. В стратегии роста ООО «Столица Нижний» может ориентироваться на стратегию все-таки умеренного роста.

Имеет ряд конкурентов, которые обладают определенным внутренним потенциалом. На сегодняшний день организация придерживается концентрированной диверсификации, так как старается придерживаться производить новые продукты на общей технологической базе.

С помощью планирования руководство организует дальнейшую деятельность организации, определяя способы, с помощью которых руководство обеспечит единое направление усилий всех членов организации достижению общих целей фирмы.

Так как имеет установку, как можно дольше работать на рынке, поэтому процесс планирования носит постоянный характер и периодически изменяет список целей, ориентируясь на конкурентов. Руководство фирмы, понимая неустойчивость развития товарного рынка, выход из этого видит в постоянном планировании, ориентированном на изменение цели в зависимости от ситуации. Внешняя среда организации является стимулом к постоянному пересмотру целей.

Другим положительным моментом в работе можно отметить организаторские способности, которые заключаются в умении создать структуры и механизмы взаимодействия, как элементов управления. Эти способности помогают организовать управление и выполнять свои планы, достигая цели. Руководство фирмы, понимая, что основную работу выполняют люди и, следовательно, важным моментом в функции организации является определение того, кто должен выполнять конкретное задание. К каждому сотруднику подходят индивидуально с учетом его способностей, поэтому организация в фирме можно сказать строится на личном контакте. Руководитель отбирает людей, наделяет их полномочиями и дает возможности на использование ресурсов организации.

Руководство активно использует мотивацию работников. Под мотивацией понимается использование материальных стимулов для повышения труда. Руководитель со своей стороны предоставляет условия для эффективной работы сотрудников. Используя в мотивации моральные стимулы, такие как хорошее отношение, похвала, тактичность и т.д., руководство фирмы использует и материальные стимулы, выплачивая премии, проценты с продаж и т.д.

Для того чтобы провести оценку выбранной стратегии необходимо ответить на ряд вопросов, которые помогут проследить не отклонилась ли организация от своих целей. Этот блок вопросов покажет, насколько эффективно должна проводиться работа. Оценка выбранного направления должна проводиться системно и непрерывно.

Деятельность руководителя направлена на будущее. Руководитель осуществляет планирование достижения цели на ближайшее или отдаленное будущее. Так как период длительный, то могут возникнуть разные непредвиденные ситуации, и руководитель должен учитывать этот момент. Здесь может возникнуть проблемы с сотрудниками, в экономической конкурентной внутренней борьбе и т.д. Эти проблемы могут сказаться на положение фирмы и только завоевание элементов новых рынков и потребителей. Поэтому руководитель должен выстроить так организационно- управленческую систему в фирме, чтобы она чутко реагировала на все изменяя, придерживалась целей и планов своей деятельности.

Поэтому при выборе стратегии руководству организации рекомендуется выбирать либо централизованную стратегию роста, либо интегрированную стратегию роста. Выбирая централизованную стратегию, менеджмент может укрепить свои позиции на рынке. Условиями для ее реализации должны стать репутация организации, растущий перспективный рынок сбыта и низкая конкуренция. Вы также можете рекомендовать централизованную стратегию как форму общей конкурентной стратегии организации. Реализация выбранной стратегии будет полностью соответствовать целям организации.

Список литературы:

1. Инвестиционно-информационная поддержка процессов управления добычей, транспортировкой и переработкой топливно-энергетических ресурсов на уровне промышленного холдинга /Козловская С.А. /Сфера услуг: инновации и качество/ 2012. № 6. С. 4.
2. Управление деловой карьерой менеджера в современных экономических условиях /Веприкова М.Я., Козловская С.А. /Заметки ученого/ 2020. № 4. С. 76-80
3. Факторы конкурентоспособности предприятий мебельной отрасли России на локальных рынках /Брикота Т.Б., Ерок А.Д., Насыбулина В.П., Федорова Н.Б. /Экономика и предпринимательство/ 2018. № 5 (94). С. 808-811.
4. Основные проблемы государственного финансового контроля /Балашова И.В., Приходько К.С. /Сфера услуг: инновации и качество/ 2019. № 45. С. 14-21.

УДК 336.7

*Михайлова Л.С.,
д.э.н., доцент
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Джинджолия Л.Г.,
обучающийся
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА И ЕЁ СТРУКТУРА

BANKING SYSTEM AND ITS STRUCTURE

Аннотация: Актуальность данной статьи состоит в следующем. Банки, находясь на главной ступени рыночной экономики, осуществляют очень важное, многостороннее влияние на существование общества в целом. Для эволюции российской банковской системы необходимо постоянное переосмысление опыта зарубежных государств в деятельности коммерческих и центральных банков, а также предшествующего отечественного опыта.

Abstract: The relevance of this article is as follows. Banks, being at the main stage of the market economy, exercise a very important, multilateral influence on the existence of society as a whole. For the evolution of the Russian banking system, it is necessary to constantly rethink the experience of foreign countries in the activities of commercial and central banks, as well as previous domestic experience.

Ключевые слова: Банки, банковская система, доходы, экономическая система, вкладчики, финансовый рынок.

Keywords: Banks, banking system, income, economic system, depositors, financial market.

Банки являются неотделимой и важной частью современной экономической системы. Их главная задача заключается в получении дохода от распоряжения временно-свободных денежных средств. В связи с этим банкам, необходимо заинтересовывать большое количество вкладчиков, желающих сделать перевод своих денег в банк для временного пользования за назначенную комиссию, а после предоставить эти средства за более высокую процентную ставку и на определенный срок тем, кто в них нуждается. На данный момент возможности привлечения средств для банков ограничены, это связано с тем, что, во-первых, у клиентов слабое доверие к

банковской системе, а во-вторых, предоставляемых услуг очень мало, то есть нет конкурентоспособности.

Любые предпринимательские чемоданы, индивидуальные или федеральные бюджеты, в развитой государственной экономике, являются объектами банковских услуг. Из этого следует, что фактически не существует иного сектора экономики, проникшего до такой степени и активно участвовавшего в создании экономической жизни, как банки. Поэтому современному человеку необходимо хотя бы общее понимание банковского дела для того, чтобы уберечь себя от неприятностей, а именно выбрать удобный банк для пользования, верно составить договоры на осуществление банковских услуг, и многое другое. Но на сегодняшний день структура банковской системы усложняется, в условиях развития товарных и финансовых рынков, поэтому для общества необходимо тщательное изучение сущности банков. Именно в этом заключается актуальность данной темы.

Основная цель, которая была установлена в курсовой работе, – исследование сути банковской системы и её структуры.

Отталкиваясь от цели, можно выделить следующие задачи работы:

- проследить историю развития банков;
- освоить основные понятие, структуру и функции банковской системы;
- проанализировать банковскую систему Российской Федерации на данный момент времени;
- проследить тенденции развития банковской системы.

Объект исследования – банк, являющийся основным рыночным инструментом, реализовывающий в экономической системе установленные функции.

Предмет данной работы – совокупность социально-экономических отношений, связей и процессов, характеризующих поведение экономических субъектов в банковской системе.

Теоретическая база исследования – основные теоретические подходы, раскрывающие сущность банка.

Методологической базой исследования послужили выработанные экономической наукой методы и приемы научного исследования: общенаучные – историко-логический метод, метод научных абстракций, анализ и синтез, и частные – статистический метод, наблюдений и сбора фактов. Используются работы Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили, С.Ю. Ляльков, М. И. Сухова и других.

Эмпирическая база исследования – учебники по экономическим дисциплинам, монографии по проблеме исследования, публикации в периодических экономических изданиях, Интернет-ресурс.

Структура курсовой работы представляет собой введение, две главы, заключение и список использованной литературы.

Нынешние банковские операции основаны на услугах валютных операций и брокерских финансовых операций с их взаимной оплатой. В средние века была распространена деятельность обменных пунктов или так называемых менял, которые занимались обменом различных монет с торговцами. В скором времени большое количество денег было сосредоточено в обменном пункте, который использовался для выдачи ссуд и получения процентов. Такие люди как менялы часто становились ростовщиками. Меняльщики одалживали не только свои деньги, но и деньги, которые им доверили для хранения либо передачи другим лицам для оплаты, это способствовало становлению их как банкиров. Такая деятельность обменных пунктов содействовала появлению безналичных (вексельных) платежей[9, с. 688].

Первым региональным банком в России был городской банк, возникший в конце восемнадцатого века. Первоначально такие банки появились благодаря личным пожертвованиям, а также благотворительным средствам, полученным от организаций. Во второй половине этого века впервые был образован Ассигнационный банк, офисы которого размещались в Петербурге и Москве, его главной целью являлся выпуск банкнот, заменяющих монеты. Но с 1818 года он был переведен во вновь созданный Национальный коммерческий банк (1817), вскоре после финансовой реформы 1839 г. он и вовсе был упразднен. Крестьянский поземельный государственный банк был создан в 1882 году, и его сферой деятельности был земельный заем, предоставляемый для помещиков под залог, имеющихся у них драгоценностей, а также крестьян. Вскоре появился Дворянский банк в 1854 году с офисами в Петербурге и Москве, получивший одноименное название. В 1861 году был создан акционерный коммерческий банк, развитие которого было положено в 1894 [6, с. 225-230].

Ипотечные банки, деятельность которых была направлена на выдачу кредитов на землю и недвижимость, и городские банки, которые находились в ведении мэрии, являлись ведущими элементами экономической системы страны. В состав российской банковской системы накануне Первой мировой войны входили такие банки как: акционерные коммерческие банки, городские банки, ипотечные банки и эмиссионный государственный банк. Из них выделялись пять крупнейших банков: Русско-Азиатский,

Азово-Донской, Санкт-Петербургский международный коммерческий, Русские (для внешней торговли) и российские торгово-промышленные [6, с. 234-236].

Первым актом Октябрьской революции являлся захват Национального банка России, за которым последовал указ в конце декабря 1917 года, изданный Всероссийским центральным исполнительным комитетом по национализации частных акционерных банков. Ипотечные банки были ликвидированы в 1917-1919 годах в связи с упразднением частных земель. Выжили только кредитные кооперативы, позволявшие кредитовать фермерское хозяйство.

Частные банки, которые были переданы в собственность государства, вместе с государственным банком сформировали Народный банк РСФСР. Но вскоре он перестал осуществлять свою деятельность в 1920 году и был преобразован в Наркомфинское центральное бюджетное управление.

Следующим шагом в развитии кредитной системы является создание сети специализированных банков, специализация которых была направлена на отрасли: АО «ЭлектроКредит», Российский коммерческий промышленный банк, Центральный муниципальный банк и региональные агентства. Территориальные банки, особенно в Центральной Азии и на Дальнем Востоке, начали свою деятельность. В 1927 году Центральная избирательная комиссия и Народный комитет Советского Союза приняли резолюцию «О принципе построения кредитной системы», которая положила начало монополии банка. Организационная структура банка еще более изменилась в 1930 году, так как была проведена кредитная реформа. Все краткосрочные кредитные операции были сосредоточены на провинциальных банках, сельскохозяйственные кредитные банки были реструктурированы, их функции впоследствии были переданы провинциальным банкам, также были созданы четыре специализированных банка долгосрочных инвестиций. Преобразования банковской системы продолжались до 1988 года, когда была создана специализированная банковская система, которая не могла быть оправдана. Впервые через несколько лет появились коммерческие банки, что дало начало для формирования новейшей банковской системы [6, с. 245-253].

Таким образом, можно проследить как зарождалось банковское дело еще в далекие времена и какое развитие оно получило сейчас. Ведь с эволюцией экономики России банковская система тесно связана и играет важную роль в жизни общества.

Банковская система представляет собой комбинацию разнообразных типов государственных банков и кредитных агентств, осуществляющих свою деятельность в рамках общего финансового механизма. Она состоит из коммерческих банков, иных

кредитных расчетных организаций и центрального банка Российской Федерации. Основной деятельностью центрального банка является валютное регулирование, а также государственная денежно-кредитная и эмиссионная политика. Когда же частные банки реализовывают все без исключения разновидности финансовых действий, для получения прибыли.

Частота употребления слова «система» очень высока в нынешнем мире, так как оно исследуется в разных отраслях науки, начиная от природных явлений и закачивая общественными отношениями. Но при этом точного определения к нему не существует. Более распространенным понятием к термину «система» является совокупность частей, взаимосвязанных между собой и представленных в виде единого целого. Все основные определения, связанные с банковским делом прописаны в Федеральном законе «О банках и банковской деятельности». Банк является кредитной организацией, обладающей особыми правами на выполнение таких финансовых операций как: способствование проявления интереса индивидуальных лиц и организаций к вложениям денежных средств, открытие именного счета вкладчика на условиях возврата денег, выплате процентной ставки, использования счета и т.д. В своё время же кредитная организация - это организация, преследующая цель в виде получения прибыли с помощью предоставления большого спектра финансовых услуг на условиях законности и наличия лицензии ЦБ РФ. Небанковская кредитная организация - кредитная организация, в полномочия которой входят осуществление некоторых банковских услуг. Возможные совмещения финансовых операций для небанковских кредитных организаций вводятся Центральным банком России. Небанковская коммерческая организация может осуществлять кредитные, расчетные, депозитные операции, а также инкассацию денег, векселей, и тому подобное. Банковский капитал- это совокупность денежных капиталов, состоящих из собственных и привлеченных средств, необходимых для осуществления банковских операций. Капитал же - это экономический ресурс, включающий в себя множество составляющих, в особенности деньги, превращенные в средство производства и рабочую силу ради получения прибыли.[1, с. 8465].

Капитал банка включает в себя:

- 1) Ценные бумаги:
 - а) публичные: различные акции (документы, дающие право на получение дивидендов), облигации, закладные, казначейские билеты.

b) торговые: такие не долгосрочные долговые расписки как векселя, за осуществлением которых в особенности и наблюдают финансисты.

2) Деньги, золото или банкноты;

«Капитал, состоящий из этих вещественных составных частей, разделяется опять-таки на капитал, вложенный самим банкиром, и депозиты, составляющие его banking capital, или заемный капиталов банках с банкнотной эмиссией сюда относятся также и банкноты. Эти составляющие части банкирского капитала, т.е. деньги, векселя, процентные бумаги, не изменяются от того, представляют ли эти различные элементы собственный капитал банкира или же депозиты (капитал других людей). Таким образом, разделение капитала на части остается неизменным, независимо от того, ведет ли банкир свое дело только при помощи собственного капитала или же только при помощи капитала, депонированного у него.» - Карл Маркс [16, с. 510].

Банковская система является очень значимым элементом в мире, так на примере кейнсианской теории, в которой Джон Кейнс описывает, что активное вмешательство государства в экономику с помощью денежно-кредитной политики, способствует изменению процентной ставки и количества вложений, что влечет за собой уменьшение коэффициента безработицы, увеличение денежных доходов населения и уровня экономического состояния страны. Это говорит о том, что осуществление деятельности банков играет важную роль в экономике. Но все же эта теория не получила масштабного распространения и использования из-за акцентирования её последователей на налоговой политике, которая привела бы к росту инфляции [8, с. 345].

Главные свойства и признаки банковской системы:

- Наличие иерархии построения системы;
- Она включает в себя совокупность компонентов, которые являются неслучайными. То есть в систему не могут входить различные лица, осуществляющие свою деятельность в сфере экономики с совсем иными стремлениями.

- Прежде всего банковская система является динамичной. При этом прослеживаются два аспекта.

Первый указывает на то, что внутри системы часто происходят новые взаимосвязи между элементами. Эти связи возникают между различными банковскими организациями. Например, обмен ресурсами между коммерческими банками, выдача лицензии от ЦБ частным организациям и тому подобное.

Второй указывает на целостность банковской системы, которая находится в движении, дополняя себя новыми элементами, то есть улучшает свою структуру.

- Целостность банковской системы обозначена тем, что в неё входят множество элементов, отвечающих за разные операции, но подчиняющиеся одному главному аппарату. Это говорит о том, что различные банки могут заменить друг друга, в любой ситуации.

- Она проявляет признаки, свойственные только для неё, что является главным отличием от других систем. Это и служит её спецификой, которая проявляется между связями элементов и их взаимоотношениями.

- У банковской системы преобладает тип закрытой системы. Но при этом она содействует с внешним миром и остальными системами, а также включает в себя новые составляющие. Её закрытость проявляется в том, что информационные ресурсы не распространяются за пределы банков, они циркулируют только между ними, то есть сохраняется банковская секретность. Так, например, в федеральном законе прописано, что банки не могут предоставлять информацию о перемещении денег со счетов, то есть о выполняемых операциях.

- Является самоорганизующейся системой, так как при изменениях экономической ситуации в стране она меняет свою политику, то есть подстраивается под необходимое и удовлетворительное положение.

- Такая система как банковская является управляемой. То есть она не может действовать так как ей захочется, у неё существуют определенные рамки возможности. Так, например, коммерческие банки не могут осуществлять свою деятельность без лицензии ЦБ, но они также могут её и лишиться, при нарушении каких-либо правил или обязательств, прописанных в этом документе. ЦБ же в свою очередь осуществляет регулирование экономики, но он также предоставляет отчетность вышестоящим органам и не может действовать незаконно [10, с. 367].

В международной практике известны несколько типов банковских систем: централизованная система распределения банков, рыночная банковская система, банковская система переходного периода.

Распределенная банковская система включает в себя: государство, которое является единственным владельцем, обладающим монополией на формирование национальной банковской системы, одноуровневую банковскую систему, единую банковскую политику, наличие государственной ответственности за банки,

подчиняющиеся правительству. Глава банка назначается местными органами власти. Банковские операции регулируются нормативными документами.

В отличие от систем распределения, банковские системы рыночного типа характеризуются отсутствием национальной монополии на банки. В случае наличия рыночного механизма для банковской системы характерна конкуренция банков. Функции выдачи и кредитования разделены на две части. Эмиссию денег осуществляет центральный банк и вместе с тем ряд других операций, выполняемых точно так же как различные коммерческие банки, которые не несут ответственности за обязательства государства.

Для функционирования любого элемента экономики необходима иерархическая банковская система, которая включает в себя кредитные организации и центральный банк. Любые коммерческие банки осуществляют ряд финансовых услуг только с наличием лицензии. Центральный же банк выполняет самую важную работу в стране эмиссию денег, то есть контролирует уравновешенное состояние экономики. Совместно они создают единую целостную банковскую систему, законодательно функционирующую в стране.

При подведении итогов изложенному в курсовой работе, можно утверждать:

В данной работе раскрыта основная сущность банковской системы России, её структуры, виды банков и их функции, проблемные моменты банков на данный момент и способы их предотвращения, а также тенденции развития банковского сектора Российской Федерации.

В первой главе рассматривались основные понятия банковской системы, то есть её теоретическая и методологическая часть, а именно значение банков в экономике, их функционирование. После чего был сделан вывод, что банковская система является главным элементом рыночной экономики, и для её развития важно наличие рыночного механизма. А также была выявлена практическая роль банка, которая заключается в управлении платежной и расчетной системой, через операции вложения, кредитов и инвестиций.

Во второй главе подвергалось анализу, наличие в банковской системе двухуровневой структуры, то есть включение в ней Банка России и различных кредитных организаций. А также ассоциации коммерческих банков, таких как специализированные, региональные и ассоциации российских банков.

У различных видов банков существуют свои определенные виды деятельности, без которых банковская система не могла бы функционировать. Коммерческие банки

предоставляют большой спектр финансовых услуги и получают за это прибыль, обеспечивая вкладчиков особыми правами на сохранность их средств, выплату процентов и тому подобное. Они занимаются уменьшением стоимости кредита, берут на себя ответственность учитывая риски, что влечет за собой уравнивание платежной системы. Также коммерческие банки должны удерживать резервы, определяющиеся исполнительной властью как часть от депозитов. Создаваемые ими балансовые отчеты, с изменяемыми показателями пассивов, банковского капитала и активов, необходимы для надзора за собственными операциями.

Наверху пирамиды банковской системы находится центральный банк. Он является банком банкиров и банкиром правительства. Главная функция центрального банка заключается в обеспечении трех основных макроэкономических задач: устойчивый экономический рост, высокая занятость, низкий уровень инфляции. Центральный банк регулирует операции внутри всей банковской системы. Он является независимым учреждением. Центральный банк устанавливает норму резервов. Действуя совместно, коммерческие банки осуществляют кредитные операции, используя избыточные резервы.

Современная банковская система – это сфера многообразных услуг своим клиентам – от традиционных депозитно-ссудных и расчетно-кассовых операций, определяющих основу банковского дела, до новейших форм денежно-кредитных и финансовых инструментов, используемых банковскими структурами.

Для совершенствования российской банковской системы требуют своего решения следующие проблемы:

- реструктуризация всей банковской системы страны с целью увеличения банковского капитала, повышения качественной базы обслуживания клиентов;
- рекапитализация банков и принципиальный поворот в их взаимоотношениях со сферой материального производства, что создаст прочную экономическую среду для развития банковского бизнеса на здоровой основе;
- повышение внимания банков к ограничению рыночных рисков;
- восстановление доверия к банковской системе всех слоев населения России.

Таким образом, реализация этих и других мер позволит восстановить деятельность банковской системы и создать условия для активизации ее работы с реальным сектором экономики, повысить ответственность руководителей и собственников банков за результаты своей деятельности по управлению банком.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 27.12.2018). Принят Государственной Думой 14.11.1990. Одобрен Советом Федерации 21.11.2002 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1990. – № 76 – С. 8456.
2. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 01.05.2019). Принят Государственной Думой 27.06.2002. Одобрен Советом Федерации 03.07.2002 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2002. – № 48 – С. 6367.
3. Постановление Правительства РФ «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2025 года» от 5.04.2011 № 1472п-П13 (в ред. от 29.12.2015 № 2043) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2011. – № 53. – С. 8905
4. Банки и банковское дело: Учебное пособие / Под ред. И.Т Балабанова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 649 с.
5. Белоглазова, Г.Н. Деньги, кредит, банки: Учебник / Г.Н. Белоглазова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 580 с.
6. История экономических учений: Учебное пособие / Под ред. Г.А. Бикмашев. – М.: КНОРУС, 2018 – 230 с.
7. Вулфел, Ч.Д. Энциклопедия банковского дела и финансов: Учебник / Ч.Д. Вулфел. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 1582 с.

УДК 338

*Насыбулина В.П.,
д.э.н., доцент
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Джинджолия Л.Г.,
обучающийся
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова*

**ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ И
КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ В 2020 ГОДУ**

**SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN RUSSIA AND THE
KRASNODAR TERRITORY IN 2020**

Аннотация: В статье рассмотрены основные организационно-экономические проблемы, влияющие на эффективность системы поддержки малого и среднего бизнеса в России и Краснодарском крае. Малое предпринимательство в современной экономике занимает одну из стратегических позиций. Краснодарский край занимает одну из лидирующих позиций по качеству институциональных условий для развития малого и среднего бизнеса.

Abstract: the article discusses the main organizational and economic problems that affect the effectiveness of the support system for small and medium-sized businesses in Russia and the Krasnodar territory. Small business occupies one of the strategic positions in the modern economy. Krasnodar region occupies one of the leading positions in terms of the quality of institutional conditions for the development of small and medium-sized businesses.

Ключевые слова: Малый и средний бизнес, государство, инфраструктура, финансовые ресурсы предприятия, гарантийный фонд.

Keywords: Small and medium-sized businesses, government, infrastructure, financial resources of the enterprise, guarantee Fund.

Актуальность темы изучения обоснована тем, собственно что рыночная экономика основывается на личном секторе, в котором мелкие и средние фирмы играют весомую социально – экономическую роль. Малый и средний бизнес сейчас считается главным сектором, определяющим темпы финансового подъёма и создающим базу прогрессивной рыночной инфраструктуры.

Сейчас малый бизнес проворно запирается и находится в состоянии стагнации, в следствие этого перед государством стоит задача становления изготовления и помощи малого предпринимательства. Малый бизнес не обязан быть устремлен лишь в больших городах и государствах. Для малого предпринимательства в реальной время настоятельно просит перехода в отменно - свежее положение и разведка свежих точек подъёма, помощь в коммерцией имеет возможность выражать в сокращении налоговой нагрузки для коммерсантов

В связи с данным она ухудшилась потребностью анализа денежных ресурсов фирмы. Это несомненно поможет не только признать об производительности ресурсов, но и обнаружить трудности и некрепкие пространства в работе. И вы сможете применить имеющее место быть тест и оценку для разработки стратегий увеличения производительности малого бизнеса и уничтожения имеющихся задач.

В собственном выступлении 11.05.2020 года президент рассказывал о поддержки малого и среднего бизнеса. Он поручил правительству с 1 января завязать специфическую пластиковую программу. Его могут утилизировать все компании в пострадавших отраслях, и общественно ориентированные НКО. Поощрительные ставки – 2%, другие субсидируют государством. При всем при этом комиссию после использования лекарствами не имеет смысла выплачивать ежемесячно, она добавляется к общей сумме кредита. «Кроме того, 85% кредита снабжено национальными гарантиями. И самое, ежели на протяжении только воздействия пластиковой программы вы поддерживали загруженность для уровень больше 90% функционирующего персонала, ведь спустя истечения срока воздействия авторитет кредита эти расходы будет тащить государство. Ежели загруженность будет поддерживаться на уровень только 80% настоящего персонала, ведь половина кредитов и процентов по ним будет списана», - произнес президент.

Зам. руководителя Василий Швец заявил, что региональный фонд микрофинасирования возрос на 1 миллион 250 млн. руб. Коммерсанты имеют все шансы пользоваться предложениями по реструктуризации кредитов на срок до года, не считая такого, что были введены особые продукты для малых и средних предприятий потерпевших от распространения короновируса.

Не считая такого, президент внес предложения возвратить само занятым целый налог на прибыли, уплаченный ими в минувшем году, и дать личным бизнесменам налоговый вычет в объеме одной малой заработной платы.

Губернатор Краснодарского края Вениамин Кондратьев 06.04.2020 году на совещании по помощи финансовой и общественной прочности на земли ареала в этапе воздействия ограничительных мер было заявлено, собственно что на помощь бизнеса в ареале станет удаленно 15 миллиардов руб.

Что касается малого бизнеса. Мы капитализируем региональные фонды на 1,5 миллиардов рублей. Они выделяют кредиты буквально без %. Это значимая и важная часть бизнеса, - заявил губернатор.

- Для тех предприятий, которые производят товары первой необходимости, средства индивидуальной защиты мы предлагаем максимальный займ – до 5 млн рублей по 1% годовых, – пояснил вице-губернатор.

Гарантийный фонд до капитализирован на 250 млн рублей и достигнет 1 млрд рублей. Организация оказывает помощь малому и среднему бизнесу при выдаче госгарантий для получения кредитов в коммерческих банках.

Кроме того, для субъектов малого и среднего бизнеса предусмотрен перенос уплаты региональных и местных налогов, а также снижение кредитной и арендной нагрузки минимум на полгода. Речь идет об аренде государственной и муниципальной собственности.

При этом по поручению Вениамина Кондратьева край расширит список направлений, наиболее пострадавших от распространения коронавируса. На уровне федерации определены девять сфер – авиаперевозки, организация досуга и развлечений, физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт, туризм, гостиничный бизнес торговля непродовольственными товарами, общественное питание, образование, организация конференций и выставок, предоставление бытовых услуг населению.

– Дополнительно мы прописали еще семь направлений – это, в том числе сферы аренды имущества, ремонта ТС, медицинских и стоматологических услуг, работа кинотеатров, – добавил Василий Швец.

Предприятия этих направлений также смогут рассчитывать на господдержку.

Так же разработан ряд мер в Краснодарском крае по поддержке малого и среднего бизнеса, такие как «Микрозайм для действующих субъектов малого и среднего предпринимательства, организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства при масштабном распространении инфекций «Антикризисный 1-1-1»

Основным и обязательным условием предоставления микрозайма является наличие правового акта уполномоченного органа (должностного лица) о введении режима функционирования «повышенная готовность» на территории Краснодарского края, связанного с мерами, направленными на предотвращение распространения инфекций.

Условия предоставления микрозайма для субъектов малого и среднего предпринимательства, организаций инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, при масштабном распространении инфекций: На момент обращения с Заявлением Заявителю:

- необходимо быть зарегистрированным в налоговом органе на территории Краснодарского края в установленном законом порядке в качестве юридического лица или физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица;
- обязан осуществлять предпринимательскую (хозяйственную) деятельность сроком не менее 6 (шести) месяцев по состоянию на дату подачи (регистрации) Заявления;
- необходимо осуществлять один из основных видов экономической деятельности, указанных в Приложении к Видам и условиям микрозаймов, предоставляемых Фондом.

Допускается осуществление Заявителем одного из видов экономической деятельности, указанных в Приложении к Видам и условиям микрозаймов, предоставляемых Фондом, при условии фактического осуществления Заявителем указанного вида деятельности. Проверка соблюдения Заявителем данного требования осуществляется Фондом в ходе анализа всех предоставленных Заявителем документов и посещения места ведения бизнеса.

- для получения денежных средств, необходимо наличие действующего расчетного счета в кредитной организации.

Для получения микрозайма субъект малого и среднего предпринимательства, организация инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства должны вести деятельность непосредственно на дату введения режима повышенной готовности на территории Краснодарского края.

Регистрация заявлений на предоставление данного вида микрозайма осуществляется с даты введения режима повышенной готовности, указанной в правовом акте уполномоченного органа (должностного лица) о введении режима

повышенной готовности на территории Краснодарского края и прекращается по истечении 2 (двух) месяцев со дня окончания режима повышенной готовности, установленного в соответствующем правовом акте уполномоченного органа (должностного лица).

Микрозайм предоставляется в целях:

1. Пополнения оборотных средств, материально-производственных запасов, используемых для предпринимательской деятельности, в том числе:

- приобретения сырья и полуфабрикатов для производства, горюче-смазочных материалов (не для последующей продажи), запасных частей и материалов для ремонта техники, оборудования и транспортных средств, используемых в предпринимательской деятельности;
- и иных оборотных средств, используемых в предпринимательской деятельности.

Выплата заработной платы работникам за период не более 6 (шести) месяцев согласно штатному расписанию, действующему на дату подачи (регистрации)

Заявления.

Срок предоставления микрозайма:

- от 3 (трех) до 24 (двадцати четырех) месяцев включительно с даты перечисления денежных средств на расчетный счет Заемщика.

Сумма микрозайма: от 100 000 (ста тысяч) рублей до 2 000 000 (двух миллионов) рублей включительно.

Процентная ставка по микрозайму составляет 1 % годовых.

Процентная ставка по микрозайму определяется исходя из установленной процентной ставки действующей на дату регистрации Заявления на предоставление микрозайма редакции Видов и условий микрозаймов. В случае, если на дату заключения договора займа, вышеуказанный размер процентной ставки превышает размер ставки рассчитанный исходя из Требований, то в данном случае применяется максимальная процентная ставка, рассчитанная исходя из

Требований.

В графике возврата суммы и уплаты процентов по микрозайму применяется дифференцированная система платежа.

Возврат основной суммы микрозайма осуществляется ежемесячно равными частями.

Срок возврата средств по Договору займа не должен превышать 24 (двадцати четырех) месяцев.

Уплата процентов за пользование микрозаймом осуществляется ежемесячно, согласно графику (от суммы фактической ссудной задолженности).

При предоставлении микрозайма более чем на 12 (двенадцать) месяцев по заявлению Заёмщика может устанавливаться льготный период по возврату основной суммы микрозайма до 12 месяцев. Окончательный срок льготного периода по возврату основной суммы микрозайма устанавливается Комиссией по предоставлению микрозаймов;

Микрозайм предоставляется под залог имущества Заемщика и/или третьего лица, в соответствии с Правилами предоставления микрозаймов Фондом и поручительство физического и/или юридического лица в обеспечение своевременного и полного исполнения обязательств по Договору займа.

В случае недостаточности залогового имущества, возможно привлечение поручительства Фонда развития бизнеса, согласно Правил предоставления микрозаймов Фондом. В целях обеспечения своевременного и полного исполнения обязательств по Договору займа допускается привлечение нескольких поручителей (физических и/или юридических лиц).

Таблица 1.

Приложение к Видам и условиям микрозаймов, предоставляемых унитарной некоммерческой организацией – микрокредитной компанией «Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства Краснодарского края»

№ п/п	Наименование вида экономической деятельности	Код ОКВЭД
1	Производство текстильных изделий	13
2	Производство одежды	14
3	Производство кожи и изделий из кожи	15
4	Обработка древесины и производство изделий из дерева и пробки, кроме мебели, производство изделий из соломки и материалов для плетения	16
5	Печатание газет	18.11
6	Прочие виды полиграфической деятельности	18.12
7	Производство мебели	31
8	Производство, передача и распределение пара и горячей воды; кондиционирование воздуха	35.30

№ п/п	Наименование вида экономической деятельности	Код ОКВЭД
9	Забор, очистка и распределение воды	36
10	Сбор и обработка сточных вод	37
11	Сбор, обработка и утилизация отходов; обработка вторичного сырья	38
12	Производство электромонтажных работ	43.21
13	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	45.2
14	Торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами	46.4
15	Торговля оптовая офисной мебелью	46.65
16	Торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием	46.73
17	Издание газет	58.13
18	Деятельность в области демонстрации кинофильмов	59.14
19	Деятельность по комплексному обслуживанию помещений	81.1
20	Деятельность по чистке и уборке	81.2
21	Деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта	49.3
22	Деятельность автомобильного грузового транспорта и услуги по перевозкам	49.4
23	Деятельность пассажирского воздушного транспорта	51.1
24	Деятельность грузового воздушного транспорта	51.21
25	Деятельность автовокзалов и автостанций	52.21.21
26	Деятельность вспомогательная, связанная с воздушным транспортом	52.23.1
27	Деятельность творческая, деятельность в области искусства и организации развлечений	90
28	Деятельность в области спорта, отдыха и развлечений	93
29	Деятельность физкультурно-оздоровительная	96.04
30	Деятельность санаторно-курортных организаций	86.90.4
31	Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма	79
32	Деятельность по предоставлению мест для временного проживания	55
33	Деятельность по предоставлению продуктов питания и напитков	56
34	Деятельность по обеспечению пожарной безопасности	84.25.1
35	Образование дополнительное детей и взрослых	85.41
36	Предоставление услуг по дневному уходу за детьми	88.91

№ п/п	Наименование вида экономической деятельности	Код ОКВЭД
37	Деятельность по организации конференций и выставок	82.3
38	Ремонт компьютеров, предметов личного потребления и хозяйственно-бытового назначения	95
39	Стирка и химическая чистка текстильных и меховых изделий	96.01
40	Предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты	96.02
41	Стоматологическая практика	86.23
42	Деятельность музеев	91.02
43	Деятельность зоопарков	91.04.1
44	Торговля розничная прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских, в специализированных магазинах	45.19.2
45	Торговля розничная прочими автотранспортными средствами, кроме пассажирских, прочая	45.19.3
46	Торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями	45.32
47	Торговля розничная большим товарным ассортиментом с преобладанием непродовольственных товаров в неспециализированных магазинах	47.19.1
48	Деятельность универсальных магазинов, торгующих товарами общего ассортимента	47.19.2
49	Торговля розничная информационным и коммуникационным оборудованием в специализированных магазинах	47.4
50	Торговля розничная прочими бытовыми изделиями в специализированных магазинах	47.5
51	Торговля розничная товарами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах	47.6
52	Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах	47.7
53	Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках пищевыми продуктами, напитками и табачной продукцией * с учетом требований ст. 14 ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007г. №209-ФЗ, ст. 181 НК РФ торговля табачной продукцией, алкогольной продукцией, указанной в подпункте 3 пункта 1 ст.181 НК РФ, торговля пивом с нормативным (стандартизированным) содержанием	47.81

№ п/п	Наименование вида экономической деятельности	Код ОКВЭД
	объемной доли этилового спирта до 0,5 процента включительно (подпункт 3.1 пункта 1 ст. 181 НК РФ) не допускается	
54	Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках текстилем, одеждой и обувью	47.82
55	Торговля розничная в нестационарных торговых объектах и на рынках прочими товарами	47.89
56	Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами в специализированных магазинах * с учетом требований ст. 14 ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007г. №209-ФЗ, ст. 181 НК РФ торговля розничная легковыми автомобилями не допускается	45.11.2
57	Торговля розничная легковыми автомобилями и легкими автотранспортными средствами прочая * с учетом требований ст. 14 ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007г. №209-ФЗ, ст. 181 НК РФ торговля розничная легковыми автомобилями не допускается	45.11.3
58	Торговля розничная мотоциклами, их деталями, составными частями и принадлежностями в специализированных магазинах * с учетом требований ст. 14 ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007г. №209-ФЗ, ст. 181 НК РФ торговля розничная мотоциклами мощностью двигателя свыше, установленной пп.6.1 ст. 181 НК РФ не допускается	45.40.2
59	Торговля розничная мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями прочая * с учетом требований ст. 14 ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007г. №209-ФЗ, ст. 181 НК РФ торговля розничная мотоциклами мощностью двигателя свыше, установленной пп.6.1 ст. 181 НК РФ не допускается	45.40.3
60	Деятельность по оказанию услуг в области бухгалтерского учета, по	69.2

№ п/п	Наименование вида экономической деятельности	Код ОКВЭД
	проведению финансового аудита, по налоговому консультированию	
61	Деятельность рекламная	73.1
62	Деятельность в области фотографии	74.2
63	Деятельность по обеспечению пожарной безопасности	84.25.1
64	Общая врачебная практика	86.21
65	Специальная врачебная практика	86.22

Для осуществления расчетов и формирования выводов о текущем финансовом состоянии и финансовой эффективности функционирования предприятия используются данные бухгалтерской отчетности Общества «Юг-партнер». Кроме этого, учитываются макроэкономические индикаторы, в том числе уровень инфляции, средние процентные ставки на финансовом рынке, прочая информация от Центрального банка и Федеральной службы государственной статистики. Анализируемым периодом является 2017–2019гг.

Основной задачей каждой организации в рыночных условиях является организация производственно-финансовой деятельности, цель которой заключается в удовлетворении человеческих потребностей в продукции и получении максимальной прибыли. Процесс развития новых рыночных отношений делает необходимым усиление, принадлежащей финансам роли в процессе функционирования производственных фирм и предприятий.

Предприятия малого бизнеса являются гибкой и динамичной формой реализации предпринимательской деятельности, позволяющей свободно выразить деловой и творческий потенциал, иметь определенные заработки для достойного образа жизни. Создание сети подобных предприятий способствует обеспечению занятости населения, увеличению на рынке товарной массы и потребительских услуг. Они порождают здоровую конкуренцию, означающую всестороннее регулирование экономики, включая свободное развитие и многообразие форм собственности, противодействие монополизму крупных фирм. Малые предприятия оживляют инвестиционную деятельность, поскольку перелив ресурсов в сферу малой экономики влечет за собой кардинальные перемены во всей структуре хозяйственного оборота.

Существенный вклад в исследование предпринимательства внесли классические экономисты Р. Кантильон, А. Тюрбо, Ф. Кенэ, А. Смит, Й. Шумпетер, Ж.-Б.Сэй, А. Маршалл, Ф. фон Хайек, Л. Мизес, И. Кирцнер, М. Вебер, В. Зомбарт, П. Друкер и

другие исследователи. Они рассматривали основные моменты и характеристики предпринимательства: несение риска и экономической неопределенности (Р. Кантильон, Ф. Найт); революционную смену факторов производства (Ж.-Б.Сэй), организацию практической реализации новаторской идеи (П. Друкер, Ф. Тоссиг).

Россия к августу 2020 года потеряла 1 млн 95 тыс. 423 микро-, малых и средних предприятия (МСП), или почти каждый пятый бизнес в этом секторе, подсчитала аналитическая служба международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza.

Как констатируют эксперты, за последние 12 месяцев в России появилось 848,5 тыс. новых МСП. В результате за год общее количество МСП сократилось более чем на 240 тыс., или на 4,2%, до 5,6 млн. Это второе годовое падение подряд — в августе 2019 года количество МСП в годовом выражении уменьшилось на 1,4%. Таким образом, динамика сокращения числа МСП ускорилась втрое, сообщает ТАСС.

«2020 год стал одним из самых тяжелых для бизнеса, особенно для малых предприятий. В ситуации карантина и тотального падения спроса многие небольшие компании не смогли пережить кризис», — констатирует президент FinExpertiza Елена Трубникова. По ее словам, ситуация в секторе МСП могла бы быть много хуже, если бы не «государственные антикризисные меры поддержки занятости», которые «внесли свой позитивный вклад, хоть и не могли в полной мере компенсировать падение доходов МСП».

Число регистраций новых индивидуальных предпринимателей (ИП) в России за январь—июнь текущего года уменьшилось примерно на треть из-за пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.

«Количество регистраций новых ИП в России за первые полгода 2020 года сократилось на 34,4% по сравнению с тем же периодом 2019 года и составило 287,5 тысячи. Худшими месяцами стали апрель и май, после чего показатель продемонстрировал отскок», — указывалось в исследовании компании-разработчика информационных систем Seldon.

В начале августа вышли данные Росстата, согласно которым доля предпринимательских доходов в структуре всех денежных доходов населения России упала во II квартале 2020 года до 3,5%. Это самое низкое квартальное значение показателя минимум с 2000 года. Еще в январе—марте текущего года на них приходилось 5,9% доходов россиян.

Предпринимательские доходы включают в себя вознаграждение за труд индивидуальных предпринимателей, доходы от сдачи в аренду жилья и другого имущества, авторские вознаграждения, бонусы директоров и т. д.

Российская экономика в феврале-марте 2020 года оказалась под мощным воздействием сразу двух негативных факторов — стремительного распространения пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 и ее пагубного влияния на глобальную экономику, а также обвала цен на нефть. На этом фоне рубль существенно обесценился к доллару и евро. Реагируя на ситуацию, правительство и Банк России утвердили несколько пакетов мер по поддержке экономики и граждан.

11 мая президент РФ Владимир Путин объявил о завершении с 12 мая единого периода нерабочих дней, введенного с 30 марта в рамках борьбы с COVID-19. 2 июня премьер-министр Михаил Мишустин представил главе государства общенациональный план по восстановлению российской экономики в 2020—2021 годах, сообщив, в частности, что стоимость нацплана составит около 5 трлн рублей. 19 июня Путину был направлен доработанный проект нацплана.

2 июля замминистра финансов РФ Владимир Колычев уточнил, что общая стоимость мер (антикризисный пакет), направленных на борьбу с распространением коронавирусной инфекцией в России и смягчение экономических последствий от введенных ограничений, оценивается в сумму порядка 4 трлн рублей. По его словам, основной фокус бюджетных мер был сделан на нескольких направлениях: укрепление системы здравоохранения, поддержка граждан и бизнеса, балансирование региональных бюджетов.

По итогам II квартала 2020 года экономика России сократилась, по предварительным данным Росстата, на 8,5% в годовом сопоставлении.

При это ЦБ РФ сообщил, что малый и средний бизнес берет кредитов меньше, но чаще. Средний размер кредита, который привлекает малый и средний бизнес в России, продолжает снижаться, и в июне он составил 3,2 млн рублей против 4 млн в мае.

Наблюдался значительный рост количества предоставленных кредитов малому и среднему бизнесу. Так, в июне таких кредитов было выдано 190,6 тыс. (увеличение в 1,7 раза по сравнению с маем текущего года и в 1,9 раза по сравнению с июнем 2019 года), сообщает ПРАЙМ со ссылкой на материалы Центробанка РФ. Ослабление карантинных ограничений, введенных в рамках борьбы с распространением

коронавирусной инфекции, а также мер господдержки в России обеспечили оживление малого и среднего бизнеса в июне.

Предприниматели адаптировались к новым условиям, однако последствия кризиса продолжают сдерживать деловую активность, отмечал ранее в августе РБК со ссылкой на результаты ежемесячного опроса предпринимателей, который проводят Промсвязьбанк совместно с «Опорой России» и агентством Magram Market Research с III квартала 2014 года.

Так, в июне Индекс RSBI достиг мартовских значений и составил 45 пунктов. Однако уже в июле показатель опустился до 44,2 пункта, оставаясь ниже 50 пунктов — только цифры выше этого уровня свидетельствуют о развитии бизнеса.

Как пояснил член генсовета «Деловой России» Алексей Порошин, стагнация деловой активности вызвана низким спросом: «Мир уже не тот, каким был до пандемии: рынки сбыта сократились, и многие производства значительно сократили объемы выпуска. Бизнес уже не так амбициозен, как прежде. Нужны новые рынки и возможности».

Список литературы:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая – Федеральный закон от 26.01.1996 № 15-ФЗ. Принята Государственной Думой 22.12.1995 (в ред. от 29.07.2018 № 225-ФЗ) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – № 5. – С. 411.

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая – Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. от 03.08.2018 № 334-ФЗ). Принят Государственной Думой 19.07.2000. Одобрен Советом Федерации 26.07.2000 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2000. – № 32. – С. 3340.

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/

4. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция)

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/

5. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019).

Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

6. Гулин, К. А. Малое предпринимательство в экономике территорий [Электронный ресурс] : монография / К.А. Гулин и др.; под. науч. рук. К.А. Гулина. - Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН, 2017. - 128 с. Режим доступа: <http://old.znaniium.com/bookread2.php?book=1019457>

7. АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА В РЕГИОНАЛЬНОМ И ОТРАСЛЕВОМ АСПЕКТЕ монография Кофанов А.А., Балашова И.В., Богатырева О.В., Лопатина И.Ю., Михайлова Л.С., Насыбулина В.П., Приходько К.С., Поддубный Е.М., Стадник А.И., Хохлова Т.П., Веприкова М.Я., Козловская С.А., Кравченко Т.Е., Савина К.С. Краснодар, 2019.

8. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ МАЛОГО БИЗНЕСА Насыбулина В.П., Брикота Т.Б., Фёдорова Н.Б. В сборнике: Инновационные процессы в экономике и бизнесе: научный взгляд. материалы IV международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Жулиной Е.Г., 2019. С. 83-87.

9. ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА Насыбулина В.П., Кухаренко Л.В., Кузнецова И.М., Рябченко А.В. Экономика устойчивого развития. 2020. № 2 (42). С. 237-242.

10. Министерство экономического развития Российской Федерации https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy.

УДК 331.522

Насыбулина В.П.,
к.э.н., доцент
кафедры экономики и управления
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Кравцова П.В.,
обучающаяся
на очной форме обучения по направлению «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Потапова А.Д.,
обучающаяся
на очной форме обучения по направлению «Экономика»
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЯПОНСКОЙ И РОССИЙСКОЙ МОДЕЛЕЙ РЫНКА ТРУДА

COMPARATIVE ANALYSIS OF JAPANESE AND RUSSIAN LABOR MARKET MODELS

Аннотация: В данной статье рассматриваются и исследуются японская и российская модели рынка труда, их основные характеристики, особенности функционирования, показатели развития, достоинства и недостатки. Помимо того, проводится сравнительный анализ данных моделей с целью выявления сходств и различий между ними.

Abstract: This article examines and explores the Japanese and Russian labor market models, their main characteristics, functional features, development indicators, advantages and disadvantages. In addition, a comparative analysis of these models is carried out in order to identify the similarities and differences between them.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, работа, заработная плата, работники, предприятия, квалификация, занятость, трудовой договор, неравенство.

Keywords: labor market, unemployment, work, salary, workers, companies, qualification, employment, employment contract, inequality.

Рынок труда – это совокупность социально-трудовых отношений между покупателями и продавцами по поводу условий найма и использования рабочей силы. В основном это отношения по поводу обмена функционирующей рабочей силы на жизненные средства – реальную заработную плату.

В разных странах исторически сложились разнообразные модели рынка труда. Условия найма, факторы формирования заработной платы, принципы движения

по карьерной лестнице, права и обязанности работников и работодателей, трудовая законодательная база в различных странах могут существенно отличаться. Это сильно влияет на экономику страны и жизнь народа, так как все люди так или иначе связаны с обменом рабочей силы. Рассмотрим и сравним модели рынка труда в двух абсолютно разных по менталитету странах – России и Японии.

Главная отличительная черта японской модели рынка труда – это «система пожизненного найма». Данная система гарантирует работнику занятость внутри фирмы на весь срок его трудовой деятельности, а предприятию – квалифицированного специалиста, который не перейдет на работу в другую организацию, то есть к конкуренту.

Японские предприятия не требуют от школ и университетов особенной подготовки специалистов. Они обычно нанимают персонал из людей, только что окончивших учебное заведение и сами «доводят» своего работника до нужной квалификации. В Японии общепринято решать вопрос о предоставлении конкретной работы внутри организации уже после того, как человек принят на работу, по результатам определения его пригодности, направленности и способностей. Поэтому предприятие, при найме нового сотрудника, больше обращает внимание на его коммуникативные навыки, способности к обучению и адаптационные свойства, а не на его профессиональные умения и заслуги. Это принципиально отличается от существующей практики найма на работу в Европе и России, где контракт четко определяет специализацию и содержание будущей работы.

Форма подготовки и обучения специалистов в японских организациях включает в себя обучение во время работы на фирме и за ее пределами. Обучение во время работы происходит прямо на рабочем месте, когда начальники и более опытные сотрудники показывают и рассказывают, как надо работать. Крупные предприятия развивают многостороннюю деятельность по обучению своих работников. Они организуют отделы, специализирующиеся на обучении и подготовке работников, центры содержательной профессиональной подготовки, составляют программы систематического обучения, по должностям (начальники секторов, новые работники) и по квалификации (техническая работа, коммерческая деятельность). Обучение вне работы происходит за счет самообразования работника, стажировок и курсов повышения квалификации, возможности прохождения которых также предоставляет фирма.

Система управления трудовыми ресурсами в японских компаниях основывается на следующих философских принципах:

1. Постановка крупной цели, понятной всем, вплоть до рабочих.
2. Патернализм – воспитание у сотрудников чувства, что они члены одной семьи.
3. Пожизненный наем служащих, когда им гарантируется рабочее место до ухода на пенсию.
4. Уважение к старшему по возрасту и по должности, беспрекословное подчинение ему.
5. Отсутствие привилегий для отдельных категорий персонала: одинаковые куртки, общие столовые, отсутствие отдельных кабинетов для управляющих.
6. Создание атмосферы свободы дискуссий, поощрение энтузиастов и талантливых людей, уважение и поощрение способностей каждого.[8]

В японском режиме труда помимо систем пожизненного найма и подготовки на рабочем месте, важнейшие роли играют система кадровой ротации, система репутаций и система оплаты труда.

Суть системы ротаций состоит в перемещении сотрудников по горизонтали и вертикали через 2-3 года выполнения функций на одном рабочем месте. Ротация проводится без согласия работников. Человека после окончания учебного заведения устраивают на самую низшую должность. После нескольких движений по горизонтали, он поднимается по вертикали, то есть постепенно переходит на все более и более высокооплачиваемые и квалифицированные должности. Такая система способствует расширению кругозора работника, развивает широкий взгляд специалиста на свою организацию.

Система репутаций обязывает работника всегда выполнять свои функции на отлично, на какой бы должности он не работал. Через 2-3 года при переходе на новое место за ним должна закрепиться репутация прекрасного, инициативного работника и порядочного человека. На каждого сотрудника его руководитель составляет письменную характеристику.

Система оплаты труда на японском предприятии строится на зависимости заработной платы от нескольких факторов. Оплата труда зависит от возраста, стажа работника – чем они выше, тем больше заработная плата. Это стимулирует человека работать на предприятии весь срок своей трудовой карьеры и не переводиться в другие организации. Но на самом деле, заработную плату повышают не за возраст, а за

профессионализм, который формируется по мере увеличения стажа. Если же результаты труда и квалификация работника не будут улучшаться, то и увеличение оплаты труда происходить не будет.

Также размер оплаты труда в Японии зависит от «жизненных пиков» человека, которых насчитывается 5-6. Заработную плату повышают работнику, когда тот вступает в брак, заводит детей, покупает жилье в кредит. Такая система свидетельствует о реальной заботе организации о ее конкретном работнике.

Заработные платы менеджеров в японских фирмах зависят от результатов работы их подразделений. На всех предприятиях используется система «плавающих» окладов. Базовые ставки директора завода, начальников цехов, других менеджеров колеблются в зависимости от динамики себестоимости, объема производства, номенклатуры, других показателей, за которые отвечает тот или иной руководитель.

Но японская модель рынка труда не так идеальна, как кажется на первый взгляд. Гарантии занятости и роста заработной платы требуют от работника серьезных встречных обязательств: согласия на ненормированный рабочий день, на сверхурочные работы, на укороченный отпуск, готовность сменить место проживания и поехать туда, куда отправит фирма. Рабочая неделя в 60 и более часов была и остается распространенным явлением. Но зато и уволить сотрудника, даже в случае его ошибок и неудач, практически невозможно: этому препятствует и закон, и общественное мнение.

Можно выделить следующие недостатки японской модели рынка труда:

- система пожизненного найма затрудняет своевременное освобождение экономики от ставшей неэффективной рабочей силы;
- пожизненный найм работников сдерживает межфирменный обмен опытом и новой информацией;
- большой удельный вес выплат за стаж (до 50%) искажает связь вознаграждения с реальным трудовым вкладом;
- жесткие схемы развития карьеры создают почву для конфликтов лиц старшего возраста и молодежи;
- непостоянные работники обречены на неквалифицированную, низкооплачиваемую работу, так как внутрифирменное обучение доступно лишь постоянным работникам.

Итак, в иерархии ценностей японского народа труд стоит на первом месте. Японцы испытывают искреннее удовлетворение от хорошо выполненной работы.

Поэтому жесткая дисциплина, высокий ритм работы и напряженность труда не оказывает на них такого разрушающего воздействия как на россиян, американцев или европейцев. Для них это одна из традиций, которой они должны неукоснительно следовать.

Проанализируем рынок труда в России, его состояние, основные характеристики, тенденции и показатели развития. В России сложилась модель рынка труда, которая значительно отличается от модели, характерной для большинства развитых стран. Главная ее особенность состоит в том, что приспособление рынка труда к колебаниям экономической конъюнктуры происходит в основном за счет изменений в стоимости труда, а не за счет изменений в занятости и безработице. Данная модель обеспечивает высокий и стабильный уровень занятости и низкий уровень безработицы при значительных проциклических случайных отклонениях величины оплаты труда. [6]

Российская модель рынка труда основывается на конфигурации взаимодополняющих друг друга институтов, функционирование которых способствует амортизации экономических шоков. Жесткое трудовое законодательство тормозит изменения в занятости, поддерживая ее относительную стабильность, действующие институты МРОТ и пассивной политики поддержки безработных обеспечивают низкий порог заработной платы, а большой удельный вес переменной части заработков является эффективным инструментом гибкости.

Когда в развитых странах случается экономический кризис, происходит уменьшение количества рабочих мест, падает занятость и растут показатели безработицы, в России сохраняются общая занятость и экономическая активность населения, что говорит об успешном функционировании отечественного рынка труда. Однако, при вышеупомянутых факторах, в России нарастает деформализация занятости, сохраняются старые рабочие места путем отказа от создания новых, остается низкий уровень информационной прозрачности, не соблюдаются формальные трудовые договоры и имеют место другие проблемы, которые делают рассматриваемую систему «моделью для выживания», а не «роста и развития». [3]

Рынок труда России выделяется на фоне остальных благодаря важной характеристике – высокой эластичности реальной заработной платы по безработице. Ключевой особенностью модели рынка труда России считается «нормальность», то есть отсутствие серьезных «патологий», которые характерны для рынков труда других стран. Предпосылками нормальности являются: скромная роль профсоюзов в оплате

труда; относительно высокая инфляция, которая позволяет снижать реальную величину заработной платы без изменения ее номинального размера; большой удельный вес премий и других выплат в структуре заработной платы. Российский рынок труда можно считать эффективным с макроэкономической точки зрения, так как он быстро возвращает экономику к состоянию полной занятости.

Российской модели рынка труда присущи следующие достоинства:

- 1) высокая степень «пластичности» заработной платы, которая способствует сильному уменьшению потерь, связанных с экономическими кризисами;
- 2) высокие уровни занятости и экономической активности;
- 3) наличие положительных фискальных внешних эффектов вследствие низкого уровня безработицы;
- 4) сохранение для населения социальных связей при гарантированном получении определенного минимального дохода, почти полное отсутствие масштабных социальных конфликтов, связанных с массовыми увольнениями;
- 5) «не обязывающий» нижний порог заработной платы, сохраняющий возможность найма для работников с низкой производительностью;
- 6) преобладание индивидуальных стратегий ухода над коллективными действиями, частично ослабляющее социальное напряжение и переводящее его в скрытые формы. [3]

Во время кризисов сотрудников не увольняют, но урезают, задерживают или не выплачивают зарплату. [5] В отличие от занятости, заработная плата не стабильна: ее гибкость обусловлена низким МРОТ и большой переменной составляющей в виде бонусов и премий. Около 25% официальных выплат в экономике по найму составляют премии (в отдельных секторах экономики они могут превышать 35%), которые могут легко добавляться и сниматься, поддерживая низкий уровень безработицы. В то же время, высокая гибкость заработных плат приводит к бедности работающих граждан. [3] Согласно данным опроса «ВЦИОМ-Спутник», средний уровень доходов на одного члена семьи, ниже которого, по мнению соотечественников, наступает черта бедности, равен 15 506 рублей. А в соответствии с данными опроса, проведенного информационной службой Общественного телевидения России, за 2016 год средняя заработная плата россиян составила всего 15 158 рублей. [1]

Россия – страна с очень высоким уровнем неравенства заработных плат. Если в Японии коэффициент Джини за 2018 г. составлял 29,90%, то в России этот показатель был почти в 1,5 раза больше и составлял 43,90%. Более критичный уровень неравенства

наблюдается в Китае, Колумбии, Индии, Мексике. [2] Потенциальные причины изменения уровня неравенства в основном делят на две группы факторов:

- 1) связанные с изменениями в структуре спроса и предложения на рынке труда
- 2) обусловленные функционированием его институтов (уменьшение роли профсоюзов; политика назначения минимальной заработной платы и налогообложения; различие в заработных платах между предприятиями, образование и социальное положение родителей, место рождения и т.д.).

Помимо неравенства в зарплатах и бедности работающего населения, можно отметить низкий уровень инвестиций в развитие человеческого капитала, в особенности в профессиональное обучение и переобучение сотрудников, хотя это важные факторы роста производительности труда.

На протяжении последнего десятилетия охват дополнительным профессиональным образованием (ДПО) в России оставался примерно на одном уровне. В периоды экономического спада доля предприятий, предоставляющих обучение своим работникам, сокращалась, но показатели вовлеченности сотрудников в программы ДПО практически не менялись. Помимо того, затраты на обучение в России составляют около 0,3% от фонда оплаты труда, что примерно в 5 раз меньше средних вложений некоторых стран ЕС.

Чтобы поддерживать производительность человеческого капитала на должном уровне, требуется его постоянное обновление. Инвестиции должны в большей мере быть направлены на обучение людей старше 45 лет, однако охват ДПО в старших возрастных группах минимален. В основном по программам ДПО обучаются молодые работники, имеющие высшее образование и трудящиеся на рабочих местах, которые требуют высокой квалификации. [3]

Таким образом, выделены основные недостатки модели российского рынка труда:

- 1) ослабление рыночного давления в пользу реструктуризации, приводящее к сохранению крупных анклавов малопроизводительных и технологически отсталых рабочих мест;
- 2) высокая гибкость заработной платы, которая приводит к распространению бедности среди работающего населения и порождает значительное неравенство в распределении доходов;

3) низкая информационная прозрачность рынка труда России, обуславливающая большую степень неопределенности в части исполнения трудового договора для работников;

4) сильная и устойчивая во времени межфирменная вариация в заработной плате, укорачивающая продолжительность специального стажа и усиливающая текучесть рабочей силы;

5) ослабление стимулов к инвестициям в человеческий капитал со стороны предприятий, включая подготовку на рабочем месте;

6) оппортунистическое поведение работодателей и перекладывание ими издержек адаптации к неполному обеспечению выполнения законов и контрактов на работников;

7) несоблюдение формальных трудовых договоров, порождающее низкий уровень доверия и ограничивающее временной горизонт принятия решений с резко отрицательными последствиями для верховенства законов. [3]

Для сравнения эффективности российской и японской моделей рынка труда, проанализируем некоторые характеристики, связанные с данными системами (табл.1).

Таблица 1.

Сравнительный анализ характеристик рынка труда в Японии и России на июль 2020г. [4], [7]

Показатель	Япония	Россия
Уровень занятости, %	60,3	58,1
Уровень безработицы, %	3	6,3
Количество трудоустроенного населения, тыс. чел.	66 590	70 112
Общая численность безработных, тыс. чел.	2 050	4 468
Минимальная заработная плата (в месяц)	1300\$ (около 101 000 руб.)	12 130 руб.

Анализируя таблицу, можно увидеть, что японская система рынка труда, по сравнению с российской, обеспечивает большую занятость и меньшую безработицу, соответственно, она эффективнее. Но не стоит забывать о ее недостатках, которые могут пагубно повлиять на российских работников и работодателей.

Исходя из исследованных признаков российской и японской моделей рынка труда, можно сделать вывод о том, что в Японии заботятся о работнике как о личности, а в ответ специалисты полностью посвящают жизнь своим предприятиям. Японские компании заинтересованы в повышении квалификации своих работников, они сами

предоставляют им такие возможности. В России же компании, в основном, не интересуются состоянием работника за пределами фирмы, и человек воспринимает работу не как часть своей жизни, а как способ выживания. Работник сам должен обеспечить себе повышение квалификации, иначе на его место могут взять другого специалиста.

Список литературы:

1. Аналитический обзор ВЦИОМ «Бедность: где грань?» URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116154> (дата обращения: 19.10.2020).
2. Коэффициент Джини Ranking, 2019 URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Бедность/Неравенство-доходов/Коэффициент-Джини> (дата обращения: 19.10.2020).
3. Плюсы и минусы российского рынка труда URL: https://akvobr.ru/plyusy_i_minusy_rossiiskogo_rynka_truda.html (дата обращения: 19.10.2020).
4. Показатели безработицы в Японии URL: <https://take-profit.org/statistics/unemployment-rate/japan/> (дата обращения: 18.10.2020).
5. Российский рынок труда: Доклад ЦСР и НИУ ВШЭ URL: <https://www.csr.ru/ru/publications/rossijskij-rynok-truda/> (дата обращения: 19.10.2020).
6. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения: Доклад ЦеТИ и ЛИРТ НИУ ВШЭ URL: <https://www.csr.ru/upload/iblock/861/86192da819e23b2d7ce2161f7718a32f.pdf> (дата обращения: 19.10.2020).
7. Занятость и безработица в Российской Федерации в июле 2020 года URL: https://rosstat.gov.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d05/156.htm (дата обращения: 18.10.2020).
8. Японская модель рынка труда URL: https://studopedia.ru/17_10681_vopros-yaponskaya-model-rinka-truda.html (дата обращения: 18.10.2020).

УДК 331.5

Насыбулина В.П.*к. э. н., доцент**кафедры экономики и управления**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Пидяшова А.А.,***обучающаяся**2 курса очной формы обучения по направлению «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***Маркосян О.Р.***обучающаяся**2 курса очной формы обучения по направлению «Экономика»**Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова***БЕЗРАБОТИЦА И ПРОЖИВАНИЕ НА ПОСОБИЕ ПО БЕЗРАБОТИЦЕ В
КРАСНОДАРЕ****UNEMPLOYMENT AND LIVING ON UNEMPLOYMENT BENEFITS IN
KRASNODAR**

Аннотация: данная статья содержит исследование, отражающее расходы, которые может позволить человек, проживающий в Краснодаре на МРОТ. Также помимо исследования в работе отражены теоретические аспекты изучения безработицы, а также определены причины ее появления в Краснодаре. Целью работы является теоретическое изучение безработицы и практическое изучение потребительской корзины и сопоставление товаров в ценах, действующих на территории Краснодара. Для этого был рассмотрен состав потребительской корзины и изучены цены на эти товары. А также были изучены теоретические материалы по безработице.

Abstract: this work contains a study reflecting the costs that a person living in Krasnodar on the minimum wage can afford. Also, in addition to the study, the work reflects the theoretical aspects of studying unemployment, and also identifies the reasons for its appearance in Krasnodar. The aim of the work is the theoretical study of unemployment and the practical study of the consumer basket and the comparison of goods in prices in force in Krasnodar. For this, the composition of the consumer basket was considered and the prices of these goods were studied. And also theoretical materials on unemployment were studied.

Ключевые слова: безработица, пособие по безработице, расходы, потребительская корзина, товары, Краснодар, статистика.

Key words: unemployment, unemployment benefits, expenses, consumer basket, goods, Krasnodar, statistics.

Уровень и качество жизни населения зависит от многих факторов, среди которых можно выделить уровень занятости и безработицы на рынке труда.

Изучение экономической сущности такого понятия как занятость необходимо начать с определения трёх категорий: трудовые ресурсы, экономически активное население и экономически неактивное население.

Трудовые ресурсы представляют собой ту часть населения, исследуемого региона, которая по некоторым признакам способна заниматься различной общественно-полезной деятельностью. Выделяют признаки, по которым человек считается частью трудовых ресурсов, такие как: физическое и психическое развитие, уровень образования и квалификации.

Понятие «занятость» представляет собой легальную деятельность граждан, связанную с удовлетворением личных и общественных потребностей, посредством производства общественных благ (товаров и услуг), а также приносящую доход в виде заработной платы или прибыли.

Таким образом к занятым относятся лица, которые в рассматриваемый период:

- 1) выполняли работу по найму за вознаграждение;
- 2) осуществляли приносящую доход деятельность с привлечением наёмного труда и без него;
- 3) выполняли работу без оплаты на семейном предприятии;
- 4) состояли на государственной службе;
- 5) временно отсутствовали на работе по причине болезни, выходных дней, отпуска и иных причин.

Проблема безработицы становится более или менее выраженной в различных фазах экономического цикла. Невозможно создать ситуацию, при которой данное явление будет и вовсе отсутствовать.

Понятие «безработица» представляет собой социально-экономическое явление, при котором часть экономически активного населения желает, но не может найти работу.

По причинам возникновения выделяют различные виды безработицы:

1. Фрикционная безработица считается вполне нормальным экономическим явлением. Она связана с желанием человека найти более подходящее место работы,

добровольным увольнением по иным личным причинам, а также с ситуацией, когда человек получил образование, а работу ещё не нашёл.

2. Структурная безработица также считается допустимой, так как она связана с изменениями в структуре экономики региона: устаревание одних профессий и появление других, модернизация производства и так далее.

3. Циклическая безработица связана с фазами экономического цикла. Она возникает в период кризисов, застоя производства и прочих негативных экономических явлений.

4. Сезонная безработица связана с изменением времён года и в соответствии с этим с изменением востребованности отдельных категорий работников.

При статистическом исследовании также выделяют формы безработицы:

1. Открытая безработица — количество безработных граждан, которые официально зарегистрированы на бирже труда с целью поиска работы и получения пособия по безработице.

2. Скрытая безработица складывается из безработных граждан, которые по каким-либо причинам не стоят на учёте в службе занятости. Очень многие безработные изначально стоят на учёте в центре занятости, но их снимают с него после двух отказов от предложенной работы.

Согласно методологии Росстата, к безработному населению можно отнести лиц в возрасте от 15 до 72 лет, которые в течение исследуемого периода соответствовали трём условиям:

- 1) не имели работы по найму или любого другого легального занятия, приносящего доход;
- 2) искали работу самостоятельно или через службы занятости населения;
- 3) готовы были приступить к работе.

Также к безработному населению могут быть отнесены обучающиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней.

Довольно серьёзны и опасны для отдельного индивида и общества в целом социально-экономические последствия безработицы:

- усиление депрессии отдельного индивида;
- разрыв устоявшихся социальных связей;
- изменение ценностных ориентаций и стремлений;
- постепенный переход в маргинальное состояние;

– падение уровня и качества жизни и так далее.

Всё это ведёт к усилению социальной напряжённости, которая проявляется в открытых протестах и вредит благосостоянию всей страны. Именно поэтому так необходимо проводить анализ уровня безработицы, оценивать его структуру и предпринимать меры по снижению данного показателя.

С 2017 года изменилась методология учёта занятых, а именно ввели в статистическую практику новую версию классификатора: Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. Поэтому нельзя отследить динамику изменения занятости в различных сферах экономики за период последних 10 лет.

В связи с этим проанализируем показатели занятости населения Краснодарского края по различным видам деятельности в 2019 году.

На рисунке 1 представлена среднегодовая численность занятых в экономике Краснодарского края по видам экономической деятельности в 2019 году.

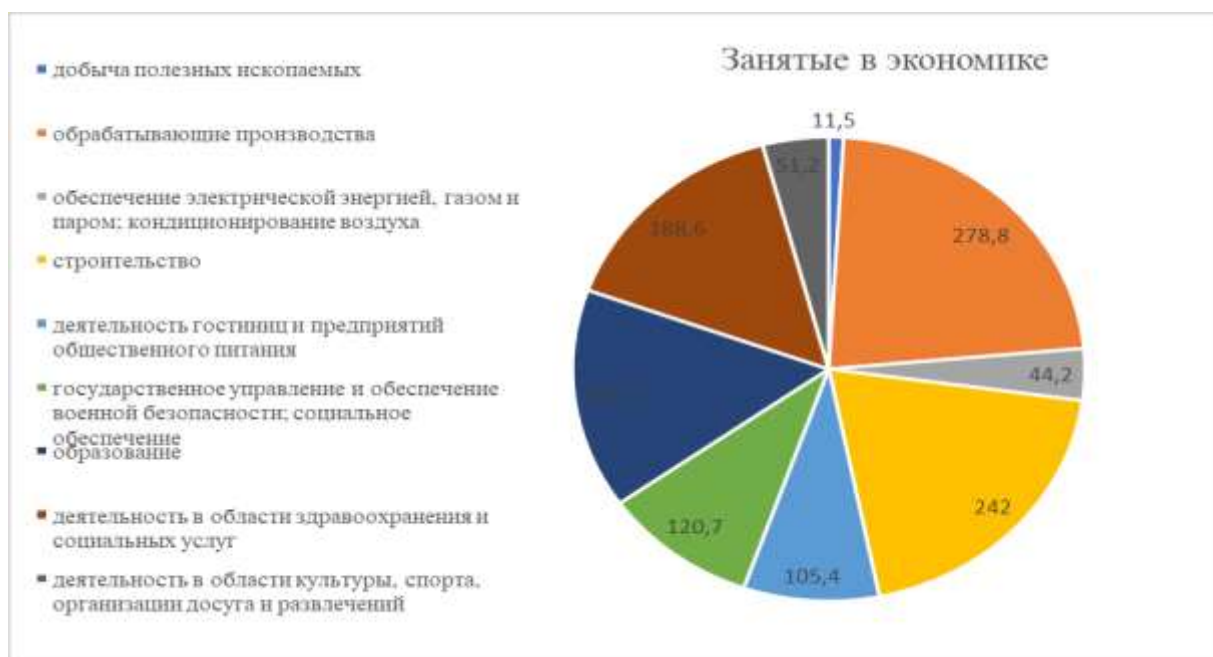


Рис. 1. Среднегодовая численность занятых в экономике Краснодарского края по видам экономической деятельности в 2019 году

Экономическое развитие любого региона, уровень и качество жизни в нём неразрывно связаны с показателями безработицы. В регионах с высоким уровнем безработицы наблюдается массовый отток рабочей силы, увеличение доли населения пенсионного возраста и прочие негативные экономические явления.

Так как основная часть налога с доходов работающего населения идёт в бюджет субъекта РФ, высокий уровень безработицы связан с дефицитом регионального бюджета и увеличением объёма безвозмездных поступлений от других бюджетов бюджетной системы РФ. Таким образом проблема безработицы является довольно серьёзной и требует к себе постоянного внимания.

В таблице 1 приведём данные о составе безработных граждан, зарегистрированных в органах государственной службы занятости Краснодарского края в период 2010-2019 годов в абсолютном выражении.

Таблица 1.

Данные о составе безработных граждан, зарегистрированных в органах государственной службы занятости Краснодарского края в период 2010-2019 годов в абсолютном выражении

	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Численность безработных граждан — всего	25,7	18,3	20,2	16,9	15,2	14,3
из них по причинам увольнения: уволившиеся по собственному желанию	10,8	9,6	10,9	8,8	8,0	8,0
высвобожденные работники	4,4	3,5	3,4	2,9	2,2	1,9
выпускники образовательных организаций	0,9	0,5	0,7	0,5	0,6	0,6
Из числа безработных граждан имеют образование: высшее	6,5	5,0	6,3	5,5	4,9	4,7
среднее профессиональное	10,7	7,1	7,5	6,3	5,6	5,2
среднее общее	6,0	4,0	4,0	3,2	2,7	2,4
основное общее	2,2	2,0	2,2	1,8	1,9	1,8
не имеют основного общего	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
Из числа безработных граждан в возрасте, лет: 16-17	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
18-24	3,7	1,7	2,0	1,5	1,5	1,2

	2010	2015	2016	2017	2018	2019
25-29	2,8	1,8	2,1	1,5	1,3	1,1
предпенсионного возраста (за два года до наступления пенсионного возраста)	2,9	2,0	1,7	1,8	1,5	1,6
других возрастов	16,1	12,7	14,3	12,1	10,8	10,3

Из таблицы видно, что с 2010 года наблюдается постепенное снижение численности безработных граждан. Исключением является 2015 год, когда в результате Валютного кризиса наблюдалось увеличение уровня безработицы. К 2019 году уровень безработного населения Краснодарского края снизился на 44,4% относительно 2010 года.

В течение рассматриваемого периода около половины безработных составляли граждане, уволившиеся по собственному желанию. Численность высвобожденных работников постепенно снижается с 2010 года. В среднем в течение 2010-2019 годов около 3,5% выпускников выпускники образовательных организаций являются безработными.

Существует ряд проблем, связанных с занятостью и безработицей в Краснодарском крае.

Проблемы занятости в Краснодарском крае связаны с большим притоком приезжих за последние годы. Очень многие граждане России переезжают в данный регион из-за благоприятного климата, близости двух морей, а также развитого рекреационного комплекса.

Также в крае существует проблема сезонной безработицы: в тёплый период на курорты Краснодарского края приезжает много людей из разных регионов России. А вот в холодные месяцы прибрежные населённые пункты пустуют, и многие их жители остаются без заработка.

В последние годы также наблюдается утечка квалифицированных кадров из агропромышленного комплекса края. Данная проблема связана в первую очередь с низким уровнем заработных плат, неразвитостью инфраструктуры и нежеланием работодателей заниматься улучшением условий труда своих наёмных рабочих. В рамках решения этой проблемы государство делает всё возможное, чтобы привлечь молодых специалистов в сельское хозяйство.

Случается, что и работодатели предъявляют завышенные требования к потенциальным работникам. При этом и сами работники часто недовольны слишком низкой официальной заработной платой. Это ведёт к увеличению численности граждан, работающих за «серую» или же и вовсе «чёрную» заработную плату. Всё это ведёт к увеличению напряжённости на рынке труда.

В первую очередь в трудоустройстве гражданам оказывают помощь государственные учреждения службы занятости.

На данный момент в Краснодарском крае работает около 50 государственных учреждений службы занятости, устраиваются ярмарки вакансий (более 1000 в год), проводятся курсы по повышению квалификации населения, школьникам и студентам проводят лекции по профориентации и так далее.

Вместе с этим в крае действуют государственные программы, направленные на повышение уровня занятости и снижения напряжённости на рынке труда

На основе вышеизложенного можно заключить, что в Краснодарском крае уровень безработицы довольно незначителен и при этом государство и местные власти предпринимают все возможные меры по его снижению.

В случае, если гражданин Российской Федерации по какой – либо причине становится безработным, он имеет право на получение пособия по безработице.

Для начала исследования стоит отметить, что на момент написания работы, пособие по безработице составляет 12130 рублей. То есть сумма пособия по безработице и минимальный размер оплаты труда на данный момент равны.

В ходе исследования будет рассмотрено 2 варианта проживания на пособие по безработице. В первом варианте рассматривается проживание с учетом аренды жилья, во втором варианте с учетом наличия собственной недвижимости.

Итак, как же выглядит проживание на пособие по безработице или на МРОТ, в случае если жителю Краснодара приходится снимать жилье?

На платформе по поиску недвижимости «Циан», нами был найден самый дешевый вариант аренды квартиры, которая представляет собой студию на ул. Восточно – Кругликовская. Собственник жилья просит за нее 8000 в месяц + коммунальные услуги, которые в Краснодаре в среднем составляют 1500 рублей в месяц. К ежемесячным платежам также можно отнести расходы на транспорт. Калькулируя этот вид расходов, мы взяли в расчет, что гражданин ездит на общественном транспорте пять дней в неделю (каждый день по 2 раза). И поскольку, стоимость одной поездки, на данный момент, составляет 28 рублей, месячный расход

на транспорт составит 1120 рублей. В итоге, с учетом оплаты аренды квартиры, коммунальных платежей и транспортных расходов остается 1510 рублей.

В соответствии с потребительской корзиной, оставшаяся сумма делится на 2, поскольку предполагается, что 50% бюджета выделяется на продовольственные товары, а другие 50% на непродовольственные и прочие услуги и развлечения.

Соответственно, на еду в месяц остается 755 рублей. Изучив состав потребительской корзины, можно смело утверждать, что данной суммы на весь перечень продуктов не хватит.

Что же можно купить на эту сумму? Для расчета мы учитывали цены Ашана и искали самые низкие цены на товары. В итоге мы уложились в 784 рубля и наша потребительская корзина выглядит следующим образом:

- Гречка «Макфа» - 58 руб. (1 уп.),
- Хлеб – 300 руб. (10 шт.),
- Макароны «Макфа» - 55 руб. (1уп.),
- Яйца куриные «Окское» - 60 руб. (десяток),
- Картофель – 30 руб. (1кг),
- Куриная голень «Петелинка» - 158 руб. (1 уп.),
- Масло сливочное «Экомилк» -122 руб (1 уп.).

Определить потребительскую корзину непродовольственных товаров очень сложно, поскольку они, в основном, персональные и могут приобретаться не ежемесячно.

Подводя итоги первого исследования, стоит отметить, что прожить на МРОТ или пособие по безработице, при этом оплачивая аренду за квартиру, возможно, но очень сложно. Зарплаты хватит только на то, чтобы еле –еле удовлетворять свои физиологические потребности.

Теперь рассмотрим проживание на те же самые 12130 в месяц, в случае, если у гражданина имеется в собственности недвижимость.

Тут ситуация обстоит немного лучше. Среди обязательных платежей мы также выделяем затраты на коммунальные платежи (в среднем 1500 рублей в месяц) и расходы на транспорт 1120 рублей (также при условии, что гражданин ездит на общественном транспорте пять дней в неделю) . Следовательно, на прочие расходы остается 9510 рублей. Если брать в расчет, что на продовольственные и непродовольственные товары денежных средств уходит поровну, то получается, что на каждый из видов товаров выделяется по 4755 рублей из оставшегося бюджета.

Рассматривая состав потребительской корзины, в данном варианте проживания, заработной платы хватает на то, чтобы приобрести все перечисленное в ней. Если опять-таки рассматривать ассортимент и цены гипермаркета «Ашан», то помимо того, что было перечислено в потребительской корзине первого варианта, к ней добавляются следующие продукты:

- Помидоры – 60 руб. (1кг),
- Огурцы – 55 руб. (1 кг),
- Яблоки – 120 руб (1 кг),
- Бананы – 60 руб (1 кг),
- Сахар «ЧайКофф» - 23 руб.,
- Молоко «Домик в деревне» - 67 руб.,
- Чай «Greenfield» - 100 руб (25 пакетиков),
- Кофе растворимый «Jacobs Monarch» - 260 руб.,
- Филе горбуши – 285 руб.,
- Сыр «Радость вкуса» - 168 руб.,
- Колбаса «Папа может» - 194 руб.,
- Рис «Агро - Альянс» - 76 руб.

Итого, на данный список покупок потрачено 2252 руб.

Следовательно, напрашивается вывод, что жить на МРОТ и пособие по безработице, имея собственную недвижимость, можно вполне нормально. При этом, почти не отказывать себе в развлечениях и т.п.

Подводя итог исследования, хотелось бы отметить, что минимальный размер оплаты труда в нашей стране совершенно не рассчитан на комфортную жизнь для тех людей, которые не имеют собственного жилья. А исходя из того, что в Краснодаре средняя цена за аренду квартиры на месяц составляет 15000 рублей, очень сложно найти квартиру, которую может позволить себе человек с доходом 12130 рублей.

Подводя итог всей работы, стоит отметить, что уровень занятости населения всегда будет являться актуальной проблемой вследствие постоянных изменений в экономике. Цель государства в данной сфере состоит в стабилизации ситуации на рынке труда, создании эффективных инструментов по повышению уровня занятости, регулировании трудовых отношений, а также повышению уровня информированности людей.

Динамика вышеприведённых показателей говорит о положительном изменении ситуации в крае: всё больше жителей имеют работу и всё эффективнее работают государственные учреждения службы занятости.

Государственные учреждения службы занятости края активно помогают людям найти новую работу, а также пройти курсы по повышению или переквалификации, что также видно из исследованных нами данных. Ежегодно тысячи жителей Краснодарского края находят работу благодаря этим учреждениям и различным государственным программам.

При этом нельзя забывать, что приведёнными официальными данными Росстата и Краснодарстата нельзя назвать абсолютно реальными. Не все граждане имеют регистрацию по месту жительства, не все обращаются в органы службы занятости, не все официально оформлены на своих рабочих местах.

Список литературы:

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ /Насыбулина В.П. /Сборник научных работ преподавателей III Международной межвузовской конференции. 2019: Диапазон-В (Краснодар), С. 226-229
2. Уровень и качество жизни населения Краснодарского края. Насыбулина В.П., Брикота Т.Б., Федорова Н.Б., Савина К.С. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37238703>
3. Статистический анализ структуры расходов населения. Пидяшова О.П., Кравченко Т.Е., Терещенко Т.А. – [Электрон. ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38597369>

УДК 519.7

*Пантелеева О.Б.,
к.э.н., доцент
кафедры бухгалтерского учета и анализа
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова
Мороз Л. С.,
обучающийся
Краснодарского филиала РЭУ им. Г. В. Плеханова*

ОПТИМИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

OPTIMIZATION OF CONSUMER PREFERENCES

Аннотация: В статье рассматривается пример задачи оптимизации потребительского предпочтения. Оптимизирована целевая функция, функция потребительской полезности с двумя переменными, представляющими количества двух товаров, с учетом бюджетного ограничения.

Abstract: The article considers an example of the problem of optimizing consumer preferences. The objective function and the consumer utility function with two variables representing the quantities of two goods are optimized taking into account the budget constraint.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, теория потребительского выбора, законы Госсена, метод Лагранжа, целевая функция, оптимизация.

Keywords: consumer preferences, theory of consumer choice, Gossen's laws, Lagrange method, objective function, optimization.

В данной работе используются методы оптимизации, которые экономисты используют для моделирования поведения потребителей. Как известно, под потребителем понимают человека, который имеет возможность покупать различные товары по фиксированным рыночным ценам. В таких случаях главный вопрос заключается в следующем: как потребители выбирают, что покупать, учитывая их доходы и цены в экономике?

Во - первых, нами сделано предположение, что потребитель имеет точно определенный набор желаний или предпочтений, которые представлены функцией полезности. Кроме того, предполагаем, что потребитель выбирает оптимально, то есть что они выбирают вариант с наибольшей полезностью из тех, которые ему доступны.

Это означает, что потребитель решает задачу оптимизации. Каждая задача оптимизации имеет свои три компонента [1]:

1. Объект выбора-представлен различными связками товаров, которые потребитель может купить.
2. Целевая функция-определяется функцией полезности потребителя.
3. Ограничения-выражаются набором товаров, которые потребитель может позволить себе.

Решение оптимизационных задач можно выполнить несколькими способами. Среди них есть как графические, так и численные методы. Нами рассмотрен пример оптимизационной задачи, которая может решаться как графически, так и численно. Первое решение поставленной задачи основано на теории потребительского выбора, второе - на теории потребительского выбора базируется на законах Госсена, а основой для третьего решения является метод множителя Лагранжа.

Рассмотрим пример задачи оптимизации. Предпочтение потребителя из двух товаров (1- й) и (2- й) задаются функцией полезности:

$$u(x_1, x_2) = (x_1 + 1)(x_2 + 1) = x_1x_2 + x_1 + x_2 + 1$$

где x_1 -количество единиц 1-го товара, а x_2 -количество единиц 2-го товара.

Функции полезности представляют собой общие и устойчивые модели принятия решений потребителями. Пусть цены на товары таковы: $p_1 = 1$ и $p_2 = 2$ соответственно. Потребительский доход I равен 30. Стоит вопрос, какой набор товаров выберет потребитель?

Как известно, теория потребительского выбора анализирует, как измеряется предпочтения потребителей при условии ограничения их расходов, путем максимизации полезности при условии ограничения потребительского бюджета [3].

Первое предположение состоит в том, что $x_1 \geq 0$, $x_2 \geq 0$.

Стоимость набора равна $p_1x_1 + p_2x_2$.

Потребитель, который стремится распределить свой доход (I) между покупкой двух товаров, не может тратить больше, чем его или ее общий доход.

Предположение о фиксированном доходе наряду с ценами на товары подразумевает бюджетное ограничение: $p_1x_1 + p_2x_2 \leq I$.

Таким образом, в нашем примере мы получаем $x_1 + 2x_2 \leq 30$ и поэтому

$$x_2 \leq -1/2x_1 + 15.$$

Теперь опишем кривую спроса следующим образом:

$$c = x_1x_2 + x_1 + x_2 + 1, c > 0,$$

где c -определенный уровень полезности.

$$x_2 = -1 + c/x_1 + 1, \quad c > 0.$$

Для каждого уровня полезности мы получаем различную кривую безразличия (рис.1). Кривая безразличия представляет собой совокупность всех товаров, которые обеспечивают потребителю одинаковый уровень полезности. Потребитель хочет оказаться на самой высокой кривой безразличия. Все его товарные наборы обеспечивают им более высокую полезность, чем наборы с более низкой кривой безразличия. Однако выбор потребителя ограничен его доходом. Таким образом, потребитель, чтобы быть наиболее удовлетворенным потреблением и в то же время оставаться в рамках бюджета, выбирает x_1^* единиц первого и x_2^* единиц второго товара. Этот набор товаров представлен на рисунке 1 точкой соприкосновения бюджетного ограничения и кривой безразличия.

Потребитель выберет кривую безразличия с наибольшей полезностью, которая достижима в рамках его или ее бюджетных ограничений. На рисунке 1 видно, что максимизация полезности по сравнению с бюджетным ограничением происходит в точке касания между кривой безразличия и линией бюджета. Таким образом, потребитель приобретет x_1^* единиц первого товара и x_2^* единиц второго товара.

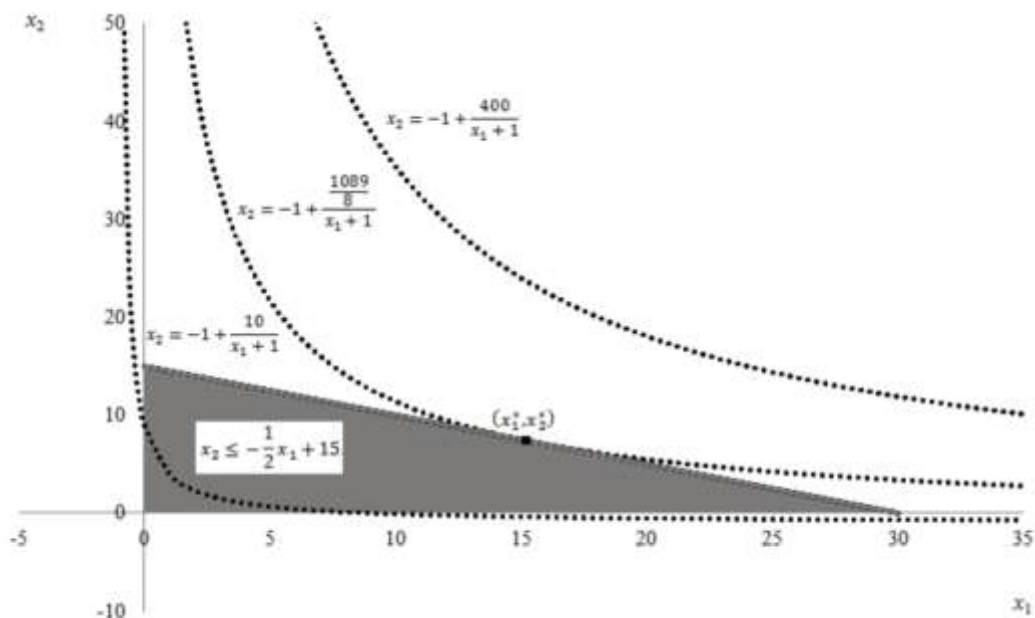


Рис. 1. Анализ кривых безразличия при максимизации полезности

Потребитель максимизирует функцию полезности, заданную формулой:

$$u(x_1, x_2) = x_1 x_2 + x_1 + x_2 + 1.$$

От бюджетного ограничения мы имеем: $x_1 = 30 - 2x_2$

$$\text{Следовательно } u(x_2) = (30 - 2x_2)x_2 + 30 - 2x_2 + x_2 + 1 = -2x_2^2 + 29x_2 + 31$$

является функцией с одной переменной (x_2).

Производная первого порядка функции $u(x_2)$ является:

$$u'(x_2) = 4x_2 + 29.$$

Из необходимого условия для локального экстремума мы имеем:

$$u'(x_2) = 0 - 4x_2 + 29 = 0; \quad x_2 = 29/4.$$

Отсюда следует

$$u'(x_2) > 0; \quad x_2 \in (-\infty, 29/4)$$

$$u'(x_2) < 0; \quad x_2 \in (29/4, +\infty),$$

тогда функция $u(x_2)$ имеет в $x_2 = 29/4$ локальный максимум $u(x_2) \rightarrow \max$ (рис. 2).

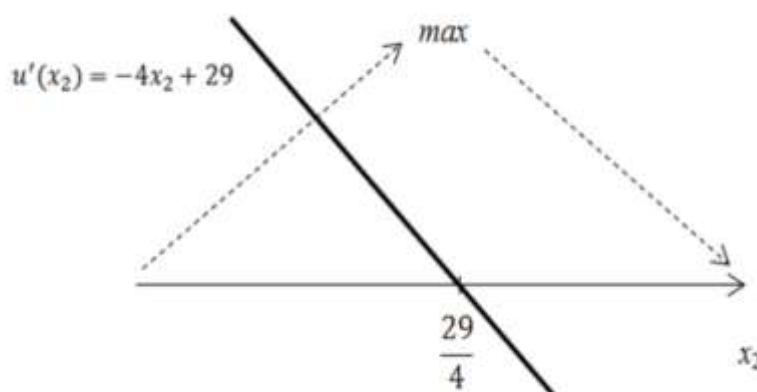


Рис. 2. Экстремум функции полезности $u(x_2)$

Следовательно,

$$x_2^* = 30 - 2(29/4) = 31/2.$$

А также

$$(x_1^*, x_2^*) = (31/2, 29/4).$$

Нам известен первый закон Госсена: величина (интенсивность) удовольствия непрерывно уменьшается, если мы продолжаем удовлетворять одно и то же наслаждение без перерыва, пока в конечном счете не достигнем насыщения. Другими словами, предельные полезности ($\partial u / \partial x_i$ для всех i) каждой однородной единицы

уменьшаются по мере увеличения предложения единиц (и наоборот), или предельные полезности уменьшаются в диапазонах, имеющих отношение к принятию решений.

Основной закон теории удовольствия известен как второй закон Госсена: чтобы максимально увеличить удовольствие своей жизни, человек должен распределить свое время и энергию между приготовлением различных удовольствий таким образом, чтобы ценность последнего единства, дающего каждое удовольствие, была равна величине дискомфорта, испытываемого им, если бы это единство было создано в самый последний момент приложения силы. Другими словами, полезность $u(x)$ по крайней мере слабо выражена количественно, то есть в равновесии потребитель распределит расходы так, чтобы отношение предельной полезности к цене (предельные издержки приобретения) было одинаковым для всех товаров и услуг.

Из второго закона Госсена мы имеем

$$\begin{cases} \frac{\partial u}{\partial x_1} = \frac{p_1}{p_2} \\ \frac{\partial u}{\partial x_2} \\ p_1 x_1 + p_2 x_2 = I \end{cases}$$

и, следовательно,

$$\begin{cases} \frac{x_2 + 1}{x_1 + 1} = \frac{1}{2} \\ x_1 + 2x_2 = 30 \end{cases}$$

После решения этой системы уравнений получим

$$(x_1^*, x_2^*) = (31/2, 29/4).$$

Таким образом, для максимизации полезности потребитель выберет x_1^* единиц первого и x_2^* единиц второго товара.

Метод множителей Лагранжа (λ) был использован для нахождения экстремумов многомерной функции, например $u(x_1, x_2, \dots)$ при условии ограничения $g(x_1, x_2, \dots) = 0$, где u и g -функции с непрерывными первыми частными производными на открытом множестве, содержащем кривую $g(x_1, x_2, \dots) = 0$, а градиент функции g не равен 0 ни в одной точке кривой. Чтобы экстремум u существовал на g , градиент u должен совпадать с градиентом g . В математической оптимизации метод множителя Лагранжа является стратегией нахождения локальных максимумов и минимумов функции с учетом ограничений равенства.

Определим условие ограничения по формуле

$$g(x_1, x_2) = I - p_1 x_1 - p_2 x_2.$$

Для решения нашей задачи оптимизации создадим Лагранжеву функцию

$$L(x_1, x_2, \lambda) = u(x_1, x_2) + \lambda g(x_1, x_2), \lambda \neq 0$$

что является нашей целевой функцией, которую мы собираемся максимизировать. Эта функция в нашем случае принимает вид

$$L(x_1, x_2, \lambda) = x_1 x_2 + x_1 + x_2 + 1 + \lambda(30 - x_1 - 2x_2), \lambda \neq 0$$

Достаточным условием первого порядка для локального максимума является

$$\begin{cases} \frac{\partial L}{\partial x_1} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial x_2} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial \lambda} = 0 \end{cases}$$

Она задается системой уравнений

$$\begin{cases} x_2 + 1 - \lambda = 0 \\ x_1 + 1 - 2\lambda = 0 \\ 30 - x_1 - 2x_2 = 0 \end{cases}$$

В результате мы имеем

$$\begin{cases} x_1 = 31/2 \\ x_2 = 29/4 \\ \lambda = 33/4 \neq 0 \end{cases}$$

Применим достаточное условие второго порядка (ограниченный Гессиан), которое принимает следующий вид:

$$\det \bar{H} = \begin{vmatrix} \frac{\partial^2 L}{\partial^2 \lambda} & \frac{\partial^2 L}{\partial \lambda \partial x_1} & \frac{\partial^2 L}{\partial \lambda \partial x_2} \\ \frac{\partial^2 L}{\partial x_1 \partial \lambda} & \frac{\partial^2 L}{\partial x_1^2} & \frac{\partial^2 L}{\partial x_1 \partial x_2} \\ \frac{\partial^2 L}{\partial x_2 \partial \lambda} & \frac{\partial^2 L}{\partial x_2 \partial x_1} & \frac{\partial^2 L}{\partial x_2^2} \end{vmatrix}$$

Отсюда следует

$$\det \bar{H} = \begin{vmatrix} 0 & -1 & -2 \\ -1 & 0 & 1 \\ -2 & 1 & 0 \end{vmatrix} > 0$$

набор продуктов $(31/2, 29/4)$ максимизирует функцию полезности потребителя. Другими словами, потребитель для максимизации своей полезности выберет связку

$$(x_1^*, x_2^*) = (31/2, 29/4).$$

Проблема оптимизации потребительских предпочтений обсуждается на различных этапах изучения микроэкономики. Для того чтобы объяснить, как потребители принимают свои решения, помимо теоретических примеров полезно применять математические методы оптимизации [2]. Такие методы дают нам возможность найти решение $(x_1^*, x_2^*) = (31/2, 29/4)$ несколькими способами. Это может быть полезно для лучшего понимания данной проблемы и с дидактической точки зрения. Предположение о возможности нахождения решения поставленной задачи может стать областью для дальнейшего исследования более сложных оптимизационных задач.

Список литературы:

1. Анурин, В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка :Учеб. пособие для студентов вузов, / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. - СПб. и др. : Питер : Питер Принт, 2014. - 272 с.
2. Информационные технологии в моделировании и оптимизации экономических и производственных процессов // Вахрушева Н.В., Винковская Л.А., Кухаренко Л.В., Маркушина А.А., Пантелеева М.А., Пантелеева О.Б., Фролов Р.Н., Холодионова С.И.- Коллективная монография (Научное издание)/ Краснодар, 2019.
3. Пантелеева О.Б., Кривко А.С., Пантелеева М.А. Модель оптимального экономического роста: Сфера услуг: инновации и качество.2018. №38. с.53-62.