

2nd International Conference

Economic Sciences

**“Functioning of economic
systems in the global world”**

20th January, 2018



**New York
2018**

«2nd Conference on Economic Sciences “Functioning of economic systems in the global world”». Proceedings of the Conference (January 20, 2018). Premier Publishing s.r.o. New York. 2018. 58 p.

ISBN–13 978-3-903197-79-4

ISBN–10 3-903197-79-3

The recommended citation for this publication is:

Orzechowska K. (Ed.) (2018). The First International Conference on Economic Sciences “Functioning of economic systems in the global world”. Proceedings of the Conference (January 20, 2018). Premier Publishing s.r.o. New York.

Editor-in-chief Jovanović Milka, Croatia

International editorial board

Adieva Aynura Abduzhalalovna, Kyrgyzstan
Bersirova Saida Halidovna, Russia
Biró Róbert, Hungary
Blahun Ivan Semenovich, Ukraine
Bogolib Tatiana Maksimovna, Ukraine
Chechelashvili Maya Yurevna, Georgia
Cherniavska Olena, Ukraine
Ciobanu Marius, Romania
Dovgal Elena Andreevna, Ukraine
Ischuk Svetlana Alexeevna, Ukraine
Guliyev Igbal Adil ogy, Russia
George Chiladze, Georgia, Doctor of Law
Karanina Elena Valerevna, Russia
Kestutis Peleckis, Lithuania
Khubaev Georgy Nikolaevich, Russia
Khoutyz Zaur, Russia
Kocherbaeva Aynura Anatolevna, Kyrgyzstan
Kunditsky Alexander Alexandrovich, Ukraine
Kurbanov Tohirzhon Hakimovich, Russia
Meymanov Bakyt Kattoevich, Kazakhstan
Mizanbekova Salima Kaspiyevna, Kazakhstan

Morozova Natalay Ivanovna, Russia
Navruzoda Bakhtiyor, Tajikistan
Olgerta Visi, Albania
Osmonkulova Guldana, Kyrgyzstan
Perova Margarita Borisovna, Russia
Pshuk Bogdan Ivanovich, Ukraine
Rodionov Alexandr Vladimirovich, Russia
Salaev Sanatbek Komiljanovich, Uzbekistan
Saif Ulamín, Pakistan
Shamsiev Kamariddin Badrievich, Tajikistan
Sharko Margarita, Ukraine
Stahanov Dmitriy Viktorovich, Russia
Yakovleva-Chernysheva Anna Yurevna, Russia
Zelenskaya Tatiana Vasilevna, Russia

Proofreading Andrey Simakov

Cover design Andreas Vogel

Additional design Stephan Friedman

Editorial office Premier Publishing s.r.o.
Praha 8 – Karlín, Lyčkovo nám. 508/7, PŠC 18600

E-mail: pub@ppublishing.org

Homepage: ppublishing.org

Material disclaimer

The opinions expressed in the conference proceedings do not necessarily reflect those of the Premier Publishing s.r.o., the editor, the editorial board, or the organization to which the authors are affiliated.

Included to the open access repositories:

eLIBRARY.RU

© Premier Publishing s.r.o.

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the Publisher.

Premier Publishing s.r.o. is not responsible for the stylistic content of the article. The responsibility for the stylistic content lies on an author of an article.

Typeset in Berling by Ziegler Buchdruckerei, Linz, Austria.

Printed by Premier Publishing s.r.o., Accent Graphics Communications LLC, in Vienna, Austria on acid-free paper.

Section 1. Marketing

*Demuriya Sofiko Aristotelevna,
Stoyanov Vladislav Victorovich,
Bachelor's students,
The Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration, Moscow, Russia
E-mail: desofiko@gmail.com*

THE DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS IN RUSSIA AT THE EXPENSE OF THE BRAND IDENTITY

Abstract: Today the restaurant industry is a perspective direction for business development. The popularity of this type of activity is quite high not only abroad, but also in Russia. For the successful foundation and launch the project need ideas and methods of promotion that meet the expectations of consumers and are consistent with world trends. One of such methods is to attract a well-known personality to the development of the project, whose authority will ensure popularity and loyalty to the institution.

Keywords: fastfood, burger restaurants, Novikov, Timati, Black Star, Novikov Group, restaurant business, brands.

*Демурия Софико Аристотелевна,
Стоянов Владислав Викторович,
Студенты-бакалавры,
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия
E-mail: desofiko@gmail.com*

РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ ЗА СЧЕТ БРЕНДА ЛИЧНОСТИ

Аннотация: На сегодняшний день ресторанная индустрия представляет собой перспективное направление для развития бизнеса. Популярность данного вида деятельности достаточно велика не только за рубежом, но и в России. Для успешного основания и запуска проекта необходимы идеи и методы продвиже-

ния, отвечающие ожиданиям потребителей и соответствующие мировым тенденциям. Одним из таких методов является привлечение к развитию проекта известной личности, чей авторитет обеспечит популярность и лояльность заведению.

Ключевые слова: фастфуд, бургерные, Новиков, Тимати, Black Star, Novikov Group, бренды, ресторанный бизнес.

Сегодня ресторанный индустрия является одним из перспективных направлений развития экономики России благодаря высокому проценту рентабельности и динамичной окупаемости инвестиции в ресторанный бизнес. Стремительный рост различных инноваций, в том числе и в ресторанном бизнесе, сформировал экономику интеллектуального потребления, когда потребитель является не менее креативным, чем производитель. Рестораторы сегодня должны создать такое предложение, которое бы в полной мере удовлетворило искушенных потребителей. Этот круг создал новую экономику, которая носит название экономика впечатлений.

Как известно, основоположниками концепции «экономика впечатлений» считаются Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор, которые в 1999 году рассмотрели новую экономику как подход к производству и продвижению товара или услуги, основанный на создании положительного впечатления как от производства и продвижения, так и от получения товара или услуги, а также от последующих за этим ощущений, получаемых потребителем данного товара или услуги¹. Мы прекрасно понимаем, что впечатления прежде всего являются ядром индустрии развлечений. Но постепенно, впечатления вошли во многие другие сферы. В рамках этой новой экономики существует и ресторанный бизнес. Новые предложения рестораторов затрагивают человека на эмоциональном, физическом, интеллектуальном и духовном уровнях, таким образом, что человек уже является не просто «зрителем», а участником «представления». Отсюда, возникают новые, креативные подходы к концепциям ресторанного бизнеса, которых в последнее время становится все больше – fast casual (более разнообразная еда, чем в фастфуде, но быстрее и дешевле, чем в ресторане), market-place (открытая кухня, фермерские продукты), true cost (блюда по себестоимости и оплата входного билета) и так далее. Конкуренция на рынке растет, в итоге общепит становится вкуснее и интереснее.

Известно, что в России фастфуд – самый большой сегмент рынка общепита, на него приходится 43% от общего оборота рынка – 167 млрд. руб. по итогам девяти месяцев 2017 г². Прирост по сравнению с тем же периодом 2016 г. состав-

¹ Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры. – М.: Издательство ЮРАЙТ, – 2017. – 326 р.

² Adindex.ru – навигатор рекламного рынка России [Электронный ресурс] // Исследование. Мировые сети фастфуда занимают в России 22% рынка: [сайт]. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/11/14/167307.phtml> (Дата обращения: 20.12.2017).

вил 3,5 процентного пункта. В этом сегменте растут как трафик, так и затраты посетителей: в первом и втором кварталах года посещаемость росла на 9%, расходы – на 10% и 11% соответственно¹.

Одной из инноваций в мире ресторанного бизнеса это ресторан, связанный со знаковым именем. Наше время — это время броских логотипов, кричащих слоганов и запоминающихся брендов. Время кумиров, чьи имена становятся названиями компаний, заведений, феноменов. Наше поколение – дети 90-х – поколение визуалов. В нашей памяти хорошо запоминается всё самое яркое и выразительное, всё то, что может уловить глаз.

Сегодня почти у каждого человека есть свои кумиры. Их имена чётко связаны с песнями, кино и телешоу. Их лица — это бренд, который они представляют, и это запоминается. Молодое поколение старается одеваться как они, вести себя как они, питаться как они. Молодёжь доверяет их вкусам и с готовностью следует за ними. Поэтому имена звёзд — это особая валюта в мире культуры.

Кроме того, предпочтения молодых людей нашего времени изменились со времён 90-х, когда Макдональдс казался чем-то выдающимся. Фастфуд приелся и оброс стереотипами, а молодёжь ещё больше хочет отличаться и выделиться среди сверстников, либо провести время в более приятной обстановке, чем та, что могут дать нам сети фастфуд. Таким образом, появился спрос на места, где можно поесть недорого и наесться, как в Макдональдсе и Бургер-Кинге, но, при этом, провести время в более спокойной обстановке и насладиться атмосферой чуть более приближённой к атмосфере дорогих ресторанов.

Инфографика объема фастфуда за 2016 год наглядно показывает спрос на бургерные. Из неё видно, что бургеры занимают большую часть объема российского рынка фастфуда, обгоняя совокупность других видов кухни. Даже классика фастфуда – пиццерии – уступает бургерным в три раза, а пользующаяся спросом среди молодёжи курица уступает в 2.5 раза.

Мы попробуем проанализировать ситуацию на Московском рынке ресторанов. В качестве объектов исследования мы взяли сети ресторанов, появившиеся во времена увеличения спроса на “ресторанный фаст-фуд”. Обе сети развивались разными путями, привлекая аудиторию совершенно разными способами. При этом их средний чек не превышает 1000 рублей. Так, мы остановились на самых популярных локациях: № FARШ – бургерная ресторатора Аркадия Новикова и «Black Star Burger» – бургерная рэпера Тимати.

¹ Adindex.ru – навигатор рекламного рынка России [Электронный ресурс] // Исследование. Мировые сети фастфуда занимают в России 22% рынка: [сайт]. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/11/14/167307.phtml> (Дата обращения: 20.12.2017).

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ФАСТФУДА, МЛРД РУБ.



Рисунок 1. Объём российского рынка фастфуда, млрд. руб.¹

Он создал себе репутацию в качестве высококлассного шеф-повара, после чего основал свой бизнес, успешно развивающийся не только у нас в стране, но и за границей.

Репер Тимати также завоевал свою аудиторию ещё до создания «Black Star», получив известность своим музыкальным творчеством. Тем самым, создание лейбла привлекло к его деятельности ещё больше внимания. Кроме того, совместная деятельность с другими предприимчивыми и талантливыми людьми в рамках «Black Star» создала целую субкультуру, тем самым открыв путь для основания своей сети магазинов «Black Star Wear» и сети ресторанов «Black Star Burger».

Бум на авторские бургеры, начавшийся в Москве пять лет назад, сегодня перерос в «бургерную агонию», заставляющую рестораторов вводить в свои меню это блюдо, даже если оно совсем не соответствует концепции заведения.

Наши исследования показали, что на сегодняшний день основным каналом продвижения данного сегмента демократичных ресторанов являются социальные сети. Через них рестораны наращивают количество своих подписчиков, главным образом благодаря постоянным обновлениям информации об акциях и изменениях в меню. В целом, «ВКонтакте» и «Instagram» часто используется в маркетинговых целях, особенно если говорить о сетях форматов fast food, street food, take away. При этом количество подписчиков ведущих ресторанных холдингов и их проектов не отстает от числа подписчиков крупных сетей общественного питания.

¹ Российская Газета [Электронный ресурс] // Время есть: [сайт]. URL: <https://www.rg.ru/2017/07/17/tolko-fastfud-pokazal-rost-na-rynke-obshchepita.html> (Дата обращения: 25.12.2017).

К примеру, проект № FARШ набрал в Instagram большее количество подписчиков, чем «Burger King» и «McDonald's». В целом, «Instagram» ориентирован на работу с имиджевой стороной бизнеса, тогда как «ВКонтакте» используется главным образом в целях информирования потребителя. При этом социальные сети, как инструмент продвижения, не требуют больших затрат. К примеру, высокая популярность «Black Star Burger» в «Instagram» находится в прямой зависимости от известности Тимура Юнусова (рэпера Тимати), являющегося лицом Black Star. Те, кто интересуется публичным лицом, автоматически попадают в поле действия рекламной кампании, в которой это лицо задействовано. При этом обеспечивается высокая достижимость аудитории в отличие от классических инструментов, таких как реклама на телевидении и радио, баннеры и т. п.

А. Новиков считается одним из лучших российских рестораторов. Каждый его ресторан — это театр со своими декорациями, композицией и даже действием. Его деятельность существенно влияет на развитие российского ресторанного бизнеса. Начиная с 90-тых годов, в партнерстве с разными инвесторами и рестораторами Аркадий Новиков сумел создать свыше 50-ти успешных концептуальных проектов¹. Теперь его имя в названии ресторана говорит о качестве, которое привлекает всё больше посетителей. Каждый его проект имеет своего лояльного гостя. Имя А. Новикова уже является гарантией высокого уровня сервиса, что, безусловно, способствовало быстрому росту популярности новой сети среди потребителей. Это тот случай, когда авторитет имени, который завоевывался в продолжении многих лет, успешно работает на открытие нового проекта.

Тимати сумел создать концептуальный проект, который завоевал широкую аудиторию. «Black Star Burger» стал результатом создания предприятия ООО «Black Star Foods», в котором генеральный директор – Юрий Левитас – владеет 49% СП, а остальными долями – по 17% – владеют Павел Курьянов, Тимати и Чассем Нзале Трифен Вальтер (партнер Black Star Inc.)².

Юрий Левитас не скрывает, что решил задействовать медийные возможности Black Star Inc. для развития проекта, ссылаясь на 20-миллионную группу подписчиков музыкального лейбла только в Instagram. «Я заинтересовался этой историей и понял, что бургерная революция завершилась в России успешно. Поезд этой революции идет прямым ходом. И если уж входить в этот поезд, то войти можно только в последний вагон, – говорит Левитас. – А я подумал, что нам нужно

¹ Официальный сайт Novikov Group [Электронный ресурс] // О Компании: [сайт]. URL: <https://novikovgroup.ru/about> (Дата обращения: 23.12.2017).

² Официальный сайт РБК [Электронный ресурс] // Black Star бургеры: кто помогает Тимати развивать сеть закусовых: [сайт] URL: <https://www.rbc.ru/business/21/09/2016/57e2a7899a79477685cfd23> (Дата обращения: 26.12.2017).

войти в последний вагон, прицепить к нему еще миллионы вагонов, отцепиться и поехать по другому пути»¹.

На сегодняшний день «Black Star Burger» пользуется большой популярностью и собирает огромные очереди из поклонников лейбла и желающих почувствовать себя частью культуры “Black Star” посетив фирменную бургерню.

«На идею инвестировать именно в бургерный формат группу вдохновил, в том числе, успех проекта FARШ Аркадия Новикова» – говорит Павел Курьянов, но подчеркивает, что различий много. «Концептуально мы совершенно другие»².

Заведение использует успех бренда «Black Star» в одном виде деятельности – музыка, чтобы развить другой вид деятельности – ресторанный бизнес. Люди не знали, каковы на вкус бургеры «Black Star», но они знали своих кумиров-представителей бренда, и любопытство и доверие сыграло роль приманки посетитель для закусных «Black Star Burger».

Среди посетителей есть множество популярных блогеров и публичных личностей, раскрученных в Instagram, размещающих посты с новостями и событиями из их повседневной жизни. Например – поход в ресторан. Таким образом, о новом заведении одновременно узнаёт огромное количество целевой аудитории ресторана.

По словам Сергея Миронова, ресторатора, руководителя агентства РестКонсалт, вице президента Гильдии рестораторов и отельеров «девочка – поклонница бренда – с 4 миллионами подписчиков размещает информацию о вашем ресторане на всю свою аудиторию за несколько секунд и всего несколькими нажатиями пальцев на экран смартфона», а стоимость такого решения сводится к ресторанному чеку. «Ни одно СМИ так не отработает»³.

Заведения, имеющие в своём меню бургеры, сегодня пользуются повышенным спросом особенно у молодежи, однако многое зависит от имени ресторатора и подхода к развитию. Привлечение известной персоны – беспроигрышный ход, который может обеспечить повышенный интерес в начале. Этот прием уже неоднократно отработан многими рестораторами, в частности Ginza Project. И как показывает опыт, очереди могут быть лишь временным явлением. Использование бренда личности – залог успешного старта, но успех, достигнутый при открытии

¹ Официальный сайт РБК [Электронный ресурс] // Black Star бургеры: кто помогает Тимати развивать сеть закусных: [сайт] URL: <https://www.rbc.ru/business/21/09/2016/57e2a7899a79477685cfd23> (Дата обращения: 26.12.2017).

² Там же.

³ Портал о партнёрском бизнесе и франчайзинге BUYBRAND [Электронный ресурс] // Обзор. Российский сетевой рынок общественного питания: [сайт] URL: <http://www.buybrand.ru/market-reviews/17660/> (Дата обращения: 20.12.2017).

заведения, необходимо поддерживать и развивать, увеличивая уровень и качество еды, сервиса, предлагая новые идеи.

Мода в мире общественного питания, как и всякая мода, переменчива и непостоянна. Люди всё больше привыкают к тому, что в наше время любой каприз может быть удовлетворён. Потребители сами задают модные тренды и меняют устоявшийся уклад под свои желания, что очень характерно для эпохи экономики впечатлений. Однако, не стоит забывать о том, что одно слово, один «пост» в инстаграме может изменить направление спроса в сторону того, что кажется модным и востребованным среди кумиров толпы. Определяя влияние этих факторов на массы, можно направлять спрос на ту или иную кухню и, исходя из этого, выстраивать свой бизнес, как это сделали Аркадий Новиков и Тимати.

Список литературы:

1. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: учебное пособие для магистратуры. – М.: Издательство ЮРАЙТ, – 2017. – 326 с.
2. Adindex.ru – навигатор рекламного рынка России [Электронный ресурс] // Исследование. Мировые сети фастфуда занимают в России 22% рынка: [сайт]. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2017/11/14/167307.phtml> (Дата обращения: 20.12.2017).
3. Российская Газета [Электронный ресурс] // Время есть: [сайт]. URL: <https://www.rg.ru/2017/07/17/tolko-fastfud-pokazal-rost-na-rynke-obshchepita.html> (Дата обращения: 25.12.2017).
4. Официальный сайт Novikov Group [Электронный ресурс] // О Компании: [сайт]. URL: <https://novikovgroup.ru/about> (Дата обращения: 23.12.2017).
5. Официальный сайт РБК [Электронный ресурс] // Black Star бургеры: кто помогает Тимати развивать сеть закусовых: [сайт] URL: <https://www.rbc.ru/business/21/09/2016/57e2a7899a79477685cfdb23> (Дата обращения: 26.12.2017).
6. Портал о партнёрском бизнесе и франчайзинге BUYBRAND [Электронный ресурс] // Обзор. Российский сетевой рынок общественного питания: [сайт] URL: <http://www.buybrand.ru/market-reviews/17660/> (Дата обращения: 20.12.2017).

Section 2. Mathematical and Instrumental Methods of Economics

*Ivanko Evgeny Evgenievich,
Leading researcher, Control systems department
Institute of Mathematics and Mechanics, UrBr RAS,
E-mail: viatore@ya.ru*

MODEL OF KEY SUPPLIERS IN GLOBAL ECONOMY BASED ON CLOSED FLOWS IN NETWORK

*Иванко Евгений Евгеньевич,
Ведущий научный сотрудник, отдел управляемых систем
Институт математики и механики УрО РАН,
E-mail: viatore@ya.ru*

МОДЕЛЬ ПОСТАВОК КЛЮЧЕВЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ НА ОСНОВЕ ЗАМКНУТЫХ ПОТОКОВ В СЕТЯХ¹

1. Введение

В методологии современного математического моделирования глобальной экономики конкурируют два основных подхода: динамические стохастические модели общего равновесия (Dynamic stochastic general equilibrium, DSGE²) и агентно-ориентированный подход (Agent-based computational economics, ACE³).

В подходе DSGE (более распространенном на сегодняшний день) описываются цели и возможности каждого из участников и предполагается, что каждый участник выбирает максимально рациональную стратегию достижения

¹ Работа поддержана грантами РФФИ 16-01-00649, 17-08-01385, 18-07-00637.

² Torres J. L. Introduction to Dynamic Macroeconomic General Equilibrium Models. – Wilmington, DE: Vernon Press, – 2013.

³ Tesfatsion L., Judd K. L. (eds.), Handbook of Computational Economics: – Volume 2, Agent-Based Computational Economics. – Amsterdam: Handbooks in Economics Series, North-Holland, – 2006.

поставленных целей. Иными словами, задаются внешние ограничения, в которых ищутся равновесные состояния всей моделируемой системы при условии рационального поведения участников рынка. Важной положительной стороной таких моделей является возможность избежать непосредственного моделирования такого сложного и многофакторного процесса как поведение агентов, тем более что моделируемые экономические системы нередко оказываются неустойчивы даже к небольшим изменениям в поведении агентов. Критики данного подхода отмечают, что в DSGE-моделях слишком большой упор делается на рациональность поведения участников рынка, недостаточно гибко учитываются межагентные взаимодействия, а также практически отсутствует возможность изучать поведение экономических систем, в которых нет равновесных состояний¹.

В ACE-моделях обычно предполагается, что агенты придерживаются стратегии ограниченной рациональности (*bounded rationality*)², имея при этом возможность корректировать свое поведение, обучаясь и адаптируясь к текущей обстановке на рынке. ACE-модели изначально не привязаны к понятию равновесия, что расширяет круг решаемых с помощью этих моделей задач. В качестве недостатка следует отметить, что поведение агентов в большой степени моделируется программистом, опираясь на относительно слабо проработанные модели поведения реальных экономических агентов. Несмотря на это богатые возможности «эволюции» и адаптации агентов к окружающим экономическим реалиям (отчасти создаваемым самим сообществом агентов, отчасти продиктованным внешними фискальными ограничениями или событиями непреодолимого характера) позволяют мультиагентной системе существенно снизить зависимость от детерминизма создателя модели и приблизиться к объективному отражению важных комплексных процессов, ради исследования которых создавалась исходная модель.

2. Модель

В качестве упрощенной математической модели глобальной сети производственных цепочек рассмотрим набор V производителей товаров или услуг, связанных между собой отношениями поставщик-клиент (направленными ребрами, образующими множество E). Каждый из узлов множества V представляет из себя обобщенного производителя некоего существенного для экономики товара (услуги), то есть, например, все производители хлеба объединены в один узел. В данной работе мы полагаем непринципиальным, насколько высока детализация такой сети, иными словами являются ли, например, производители хлеба и кондитеры разными узлами. Достаточно предположения о том, что все

¹ Turnovsky S.J. *Methods of Macroeconomic Dynamics*. – Cambridge, MA: MIT Press, – 2000.

² Gigerenzer G., Selten R. (Eds.). *Bounded rationality: The adaptive toolbox*. – Cambridge, MA: MIT Press, – 2001.

участники рынка, обобщенные в модели под одним узлом, обладают практически одинаковыми наборами поставщиков и клиентов (представленными в модели в свою очередь также обобщенными узлами). Предполагается, что каждый узел имеет хотя бы одного поставщика и хотя бы одного клиента, иными словами, рассматриваемая сеть является сильно связанной как ориентированный граф¹. Каждый узел v из V содержит информацию о а) себестоимости $s(v)$ производства единицы товара v ; б) текущем количестве денег $m(v)$. Всякое направленное ребро (v, w) из множества E связывает поставщика v с клиентом w и содержит информацию о: а) наценке $c(v, w)$ на единицу товара v , поставляемого для w , измеряемой в процентах от себестоимости $s(v)$ и б) объеме поставок (числе продаваемых единиц товара) $o(v, w)$. Будем предполагать для простоты, что в описываемом графе поставок не существует петель (ребер вида (v, v) , соединяющих вершину с самой собой), а поставки производителя товара самому себе (если в этом есть необходимость) скрыто отражаются в себестоимости производства.

В модели рассматриваются лишь существенные обобщенные участники рынка, чьи товары и объемы производства являются критичными для экономики, то есть убыточное производство v из V не может быть просто сокращено или закрыто, поскольку это приведет в перспективе к стагнации всей экономики. Такое ограничение отражается в сохранении объемов производства и поставок каждого из производителей на заданном изначально уровне, в предположении, что этот уровень обеспечивает все узлы необходимым количеством материалов, услуг, оборудования и так далее. Иными словами, рассматривается идеальная ситуация рыночного равновесия², в которой все производственные цепочки сбалансированы и экономика способна бесконечно поддерживать существующие объемы производства каждого товара. Отметим, что денежные потоки между производителями при этом могут быть отнюдь не уравновешены и являются основной темой данного исследования.

Перейдем к описанию конкретной компьютерной модели, использовавшейся в вычислительных экспериментах. В ходе инициализации модели создается N узлов (в экспериментах $N = 100$), для каждого из которых равновероятно выбирается себестоимость производства единицы товара $s(v)$ от 1 до 10 и текущее количество денег $m(v)$ от 1 до 1000. Q процентов равновероятно выбранных узлов (в экспериментах $Q = 5\%$) считаются *необходимыми товаропроизводителями* (НТ). Продукцию каждого из НТ потребляют все без исключения узлы (близким примером из реальной экономики могут вновь послужить произво-

¹ Bang-Jensen J., Gutin G. Digraphs: Theory, Algorithms and Applications, 2nd Edition. – London: Springer-Verlag, – 2008.

² Afriat S.N. The Market: Equilibrium, Stability, Mythology. – Routledge Frontiers of Political Economy, – 2002.

дители хлеба). Наличие НТ не противоречит здравому смыслу и удобно для обеспечения связности сети – в каждый узел будут входить как минимум ребра от НТ. Для каждого узла v из оставшихся $[N(1-Q)/100]$ узлов равновероятно выбирается множество «клиентов» из (V без v), после чего в E создаются исходящие связи вида (v, x) , где x — клиент. Наконец, равновероятно выбирается наценка на единицу товара $c(v, w)$ от 1 до 10%. В рассмотренных экспериментах наценка одинакова для всех клиентов производителя, в дальнейшем планируется рассмотреть вариации цены, например, в зависимости от объема поставок.

Теперь, когда статическая структура модели описана, рассмотрим динамический процесс перераспределения денежных средств среди узлов сети. Каждый из узлов v осуществляет продажи своей продукции каждому из своих клиентов w и получает от него сумму $o(v, w) \cdot s(v) \cdot (1 + c(v, w))$. Данная сумма добавляется к $m(v)$ и отнимается от $m(w)$. Осуществление описанной операции для каждого v из V составляет одну итерацию динамического процесса. В вычислительных экспериментах рассматривалось развитие модели в ходе 10^5 итераций.

После того как все узлы осуществили свои продажи, у некоторых из них текущее количество денег может оказаться отрицательным, то есть в заданных производственных цепочках эти узлы работают в убыток. Учитывая, что по условию рассматриваемой модели объемы производства каждого из узлов являются фиксированными (необходимыми и достаточными для функционирования существующих экономических цепочек), единственным инструментом влияния остаются цены. Будем предполагать, что убыточные производства повышают наценки на свою продукцию на величину $r \cdot p$, где p – максимальное значение увеличения наценки в процентах (в экспериментах настоящей работы $p = 10\%$, в последующих работах будут рассмотрены различные значения этого параметра), а r – действительное число, равновероятно выбранное из промежутка $[0, 1]$. С целью эксперимента позволим текущему количеству денег на узлах нашей модельной сети уходить в минус, наблюдая как будет изменяться на длительном промежутке времени число убыточных узлов под действием итеративной коррекции цен. Описанную в данном абзаце динамику будем далее называть «базовой».

Перейдем к изложению результатов вычислительных экспериментов. На (Рис. 1) отображается изменение некоторых параметров рассмотренной динамической системы в ходе одного из экспериментов с описанной выше базовой динамикой. На первом графике (Рис. 1) представлена динамика следующих отношений: \max – количество денег в самом преуспевающем узле, деленное на общую сумму денег в системе; $Q3$ – верхний квартиль распределения количества денег, деленный на общую сумму денег в системе; median – медиана распределения количества денег по узлам, деленная на общую сумму денег в системе; $Q1$ – нижний квартиль распределения количества денег, деленный на общую сумму денег

в системе. На втором графике (Рис. 1) представлена динамика отношения количества денег в самом убыточном узле делённого на общую сумму денег в системе. На третьем графике Рис. 1 представлена динамика: falling – количества узлов, чье финансовое состояние ухудшилось за последнюю итерацию; negative – число узлов, обладающих отрицательным количеством денег.

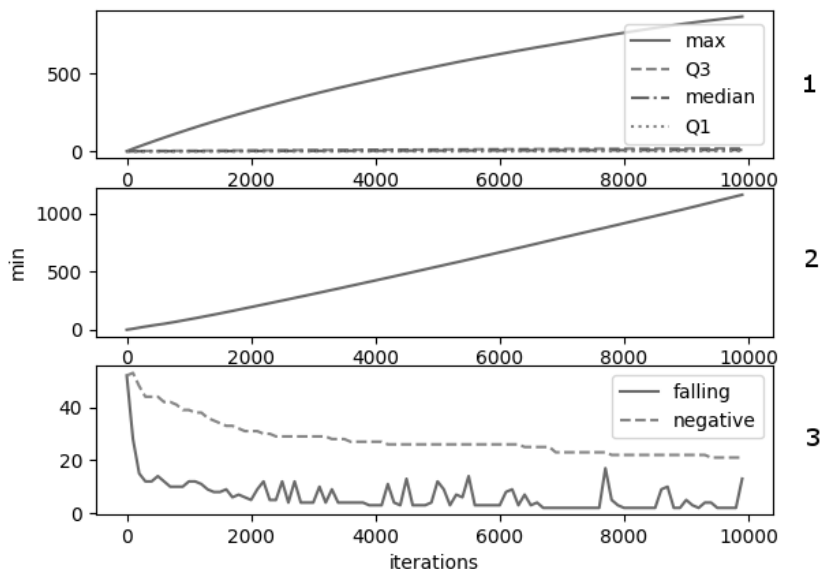


Рисунок 1. Пример типичной динамики базовой модели сети поставок ключевых товаров

Во всех проведенных экспериментах с базовой моделью можно отметить два важных момента: 1) выражен бесконечный линейный рост денежной массы в самом преуспевающем узле (Рис. 1, график 1, значения max), скомпенсированный бесконечным линейным уменьшением (отрицательного) значения в самом убыточном узле (Рис. 1, график 2); разброс благосостояния по остальным узлам не столь велик (Рис. 1, график 1); 2) число узлов с отрицательным количеством денег убывает очень медленно (остается неясным стремится ли оно асимптотически к нулю в средней сети, построенной по правилам базовой модели); число узлов с отрицательной динамикой денежной массы колеблется (Рис. 1, график 3).

Отрицательное количество денег у ключевых производителей, естественно, не является нормальной ситуацией. В качестве одного из решений этой проблемы в кейнсианском духе¹ государство может поддерживать убыточные предприятия постоянной эмиссией денег. Введем такую эмиссионную поддержку в базовую

¹ Mankiw N. G., Romer D. (Eds.). *New Keynesian Economics*, – Vol. 1, 2. – The MIT Press, – 1991.

модель: в конце каждой итерации все узлы, обладающие отрицательным количеством денег, получают компенсацию от государства таким образом, чтобы количество денег у каждого из них равнялось 1. Получившуюся модель будем называть «моделью с господдержкой» (Рис. 2). Поскольку на каждой итерации количество денег во всей системе увеличивается, при том что фактические объемы производства остаются неизменны, в системе начинается инфляция. Введем дополнительный график (Рис. 2, график 4), показывающий относительное увеличение денежной массы в системе в процентах $100 \cdot (S - S') / S'$, где S – количество денег во всей системе в конце текущей, а S' – в конце предыдущей итерации.

Введение господдержки для убыточных предприятий позволяет решить проблему бесконечного роста расслоения узлов по доходу (сравним графики 1 на Рис. 1 и Рис. 2) и резко снизить число узлов с отрицательной денежной динамикой (см. график 3 на Рис. 2). При этом инфляция, спровоцированная денежными вливаниями со стороны государства, быстро сходится к нулю, фактически переставая играть роль в рассматриваемой модели (см. график 4 на Рис. 2).

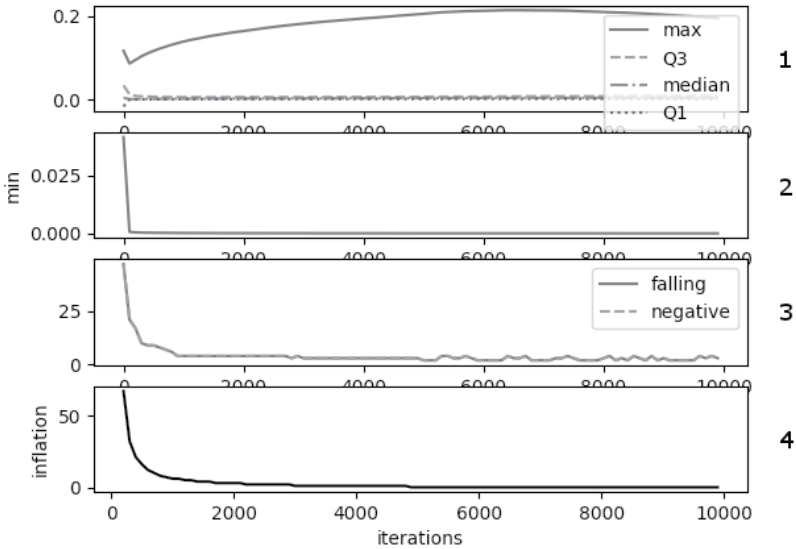


Рисунок 2. Пример типичной динамики сети поставок ключевых товаров с господдержкой

3. Заключение

Несмотря на свою простоту, рассмотренная математическая и вычислительная модель позволяет в первом приближении оценивать влияние различных глобальных регулирующих воздействий на некоторые основные макроэкономические параметры, а также на устойчивость и прибыльность производствен-

ных цепочек ключевых производителей, обеспечивая исследователя простым, удобным и эффективным с вычислительной точки зрения инструментом для отсеивания неперспективных регуляторных воздействий. В будущем планируется промоделировать влияние различных факторов на такие параметры рассмотренной сети поставок как число убыточных узлов, инфляция и величина финансового неравенства между узлами. В качестве факторов планируется рассмотреть прогрессивную шкалу налогообложения, различные схемы избирательной государственной поддержки убыточных (и не только) предприятий, а также наличие специальных фискальных узлов, являющихся проводниками экономической политики государства.

Section 3. Regional economy

*Kazakov Mikhail Jur'evitch,
Doctoral student,
of the Institute of Economics and Management
North-Caucasus Federal University,
E-mail: Lyasay21@yandex.ru*

PERCEPTION OF THE SCIENTIFIC CONSTRUCT “PERIPHERY” IN THE CONTEXT OF THE SYSTEMOLOGY OF INTERACTION OF SPATIAL AND ECONOMIC STRUCTURES

*Казаков Михаил Юрьевич,
докторант института экономики и управления
Северо-Кавказский федеральный университет,
E-mail: Lyasay21@yandex.ru*

ПЕРЦЕПЦИЯ НАУЧНОГО КОНСТРУКТА «ПЕРИФЕРИЯ» В КОНТЕКСТЕ СИСТЕМОЛОГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОСТРАНСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТРУКТУР

Современные взгляды на понятие «периферия» разноплановы и многоаспектны. Являясь универсальным термином, он используется в различных сферах общественной жизни, «проникая» в, казалось бы, несовместимые отрасли экономики, знаний и вернакулярного (обиходного, местного) употребления. При этом в операционном понимании термина, то есть в контексте его уместного употребления, необходимо исходить из семантической и коннотативной части.

Рассматривая семантический смысл понятия «периферия» обратимся к различным сферам его применения:

- экономическая сфера;
- пространственная (географическая) сфера;
- социальная сфера;
- культурная сфера;

- политическая сфера;
- инновационная сфера;
- информационная сфера;
- историческая сфера.

Прежде всего, отмечая экономическую сферу применения рассматриваемого термина, отметим, что периферия здесь рассматривается как область, резко контрастирующая по комплексу производственно-экономических индикаторов с развитыми экономическими центрами или центрами административного деления. В мазозэкономических сравнениях используют показатели валового регионального продукта или номинальных и реальных доходов населения, в наибольшей степени отражающих социально-экономическую дифференциацию. Кроме того, в производственном плане периферия рассматривается как участок с менее развитой производственно-обслуживающей инфраструктурой и, как правило, гораздо худшими условиями ведения производственной деятельности.

Рассматривая периферию как часть экономического пространства, являющегося модифицированной формой экономико-географического подхода, следует исходить из ее физической удаленности от условных центров¹. В данном варианте расстояние является классифицирующим критерием. В целом, стоит отметить, что, по нашему мнению, именно фактор расстояния во многих аспектах является определяющим. Он детерминирует социальную архаичность, культурную неразвитость, политическую аморфность, инновационную невосприимчивость, информационную отсталость, историческую провинциальность. Рассмотрим их более дательно в контексте семантического использования термина «периферия».

Использование понятие «периферия» в социальной сфере упирается в смежную дефиницию «провинция», то есть территорию, местность, крайне неблагополучную по социальным маркерам, таким как уровень образования основной части населения, уровень преступности, степень тунеядства и маргинализации, депривация социальной сферы². Сюда же также целесообразно интегрировать и комплексозначные комплиментарные характеристики, такие как самобытность, религиозность, традиционность хозяйственного уклада и т. д.

Периферия в культурологическом плане нами отождествляется с пространством, сочетающим в себе стремление к обособленности культурных традиций и затрудненному восприятию новых тенденций. Культурная периферия это стабильный континуум для консервации потенциала носителей эндемичной куль-

¹ Пространство современной России: возможности и барьеры развития (размышления географов-обществоведов) / отв. ред. А. Г. Дружинин, В. А. Колосов, В. Е. Шувалов. – М.: Вузовская книга, – 2012. – 336 с.

² Калугина З. И. Рыночная трансформация аграрного сектора России: Социологический курс. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, – 2015. – 342 с.

турной среды, фольклорных, литературных, певческих, кулинарных, ремесленных и прочих традиций¹.

Идентифицируемость периферийных зон в русле политической определенности указывает на вхождение тех или иных территорий в зоны политических интересов или их нахождения вне зоны таковых. При этом второй вариант может быть обусловлен двумя аспектами:

– неперспективностью территории для политических сил и административного ресурса, вследствие ограниченной ресурсной базы экономики, узости «электоральной массы»;

– автаркичностью (закрытостью) территории по причине обладания ею особого административного статуса (закрытые города, секретные зоны и т. д.), что влечет сразу несколько значимых в социально-экономическом плане ограничений.

При этом, по нашему мнению, наиболее релевантным критерием здесь будет считаться электоральная емкость территории, определяющаяся чистыми демографическими индикаторами.

Инновационная сфера исходит при определении периферийных территорий из концепции диффузии инноваций, в соответствии с которой инновационное знание, зарождающееся в центре, затем распространяется на полупериферию и в последующем на периферию посредством соответствующей ретрансляционной инфраструктуры. При этом отмечается «сопротивление» экономического пространства внедрению инноваций, и чем территория больше принадлежит к периферии, тем больше это сопротивление, вследствие большего расстояния и «затухания» инновационных импульсов по аналогии с распространением волновых сред. Исходя из этого, периферия в контексте инновационной сферы определяется как труднодоступная и невосприимчивая местность для внедрения инноваций.

Информационная предметная область идентификации периферии оперирует смежными инфраструктурно-инновационными критериями. В соответствии с ними, периферия – это область, характеризующаяся информационными дефицитами (недостаток информации о происходящих процессах во всех сферах общественной жизни, науке, технологиях, дефицит инфраструктуры получения информации и интегрированности территории в информационное пространство).

Историческая определенность понятия «периферия» генетически происходит из ряда геополитических и геоэкономических концепций. Периферия в данном аспекте рассматривается с позиций автаркичных государств с фрагментаризированными связями с развитыми странами и группами государств,

¹ Нефедова Т. Г. Российская периферия как социально-экономический феномен // Региональные исследования. – 2008. – № 5.

входящих в международные альянсы. При этом подходе наиболее релевантные следующие критерии:

- географическое положение и близость к глобальным транспортным коридорам;
- уровень военной мощи государства;
- место государства в международном разделении труда и общий уровень развития экономики;
- уровень развития институтов гражданского общества (политического волеизъявления, свободы предпринимательства);
- динамика интеграционно-деинтеграционных процессов государства, так называемый «дрейф», который можно разделить на два противоположных по природе типа: центробежный, с отдалением (дальнейшей периферизацией) от глобальных центров, и центростремительный, показывающий конструктивные процессы.

Разнообразие подходов к идентификации семантической части понятия «периферия» позволяет перейти к рассмотрению коннотативной части. Коннотация – это смысловой сопутствующий фон для конкретной языковой единицы. Она расширяет традиционный смысл понятийного конструкта, включая в его семантическую часть дополнительную нагрузку, что позиционирует понятие в более широком операционном плане.

В русле рассмотрения коннотативного содержания понятия «периферия» мы имеем дело с комплексом суждений, отождествляющих периферию с окраинной территорией провинциального и глубоко провинциального типа. Ему присущи характеристики застойности, депрессивности, инерционности, привычности устоев, инертности населения, деградации общественных институтов, архаичности подходов, депривированности инфраструктуры и населения¹.

Иными словами «периферия» отождествляется с достаточно неблагоприятным, по многим параметрам отсталым континуумом с неблагоприятной социально-трудовой, демографической и экономической ситуацией, в котором консервируются и кристаллизуются процессы и явления деструктивно-разрушительного и депрессоформирующего типа.

Перцепция (восприятие) периферии с позиций разных подходов в единстве семантического и коннотативного содержания отражается следующими аспектами. Во-первых, ключевыми признаками периферизации территорий:

- снижением обеспеченности социальными услугами населения территории;
- падением и отсутствием признаков роста экономических индикаторов;
- сокращением населения и ухудшением его социальной структуры;

¹ Нефедова Т.Г. Российская периферия как социально-экономический феномен // Региональные исследования. – 2008. – № 5.

– отсутствием «точек» экономического роста, доминированием депрессивных отраслей в экономике, неразвитым бизнес-сектором.

А во-вторых, периферия в свете различных подходов предстает:

- как зона с вяло протекающими социально-экономическими процессами;
- как территория с высокой степенью сопротивления инновационным и инфраструктурным новшествам;
- как социальный континуум с неблагоприятной структурой населения;
- как удаленная от центра территория со сложной транспортной доступностью;
- как зона консервации локальной ментальности;
- как неперспективная в политическом плане территория.

Дальнейшие теоретические исследования периферийных территорий должны идти по пути исследования, идентификации, понимания и объяснения причин сохранения периферийного статуса локалитетов. В этом смысле целесообразно обратиться к понятию «иммунитет» территории, что позволит гипотетически предположить наличие некоего спектра факторов, условий и компонентов, не дающих как исчезнуть периферии, так и провести её реформатирование в сторону полупериферийности и околоцентральности.

Список литературы:

1. Калугина З. И. Рыночная трансформация аграрного сектора России: Социологический дискурс. – Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, – 2015. – 342 с.
2. Нефедова Т. Г. Российская периферия как социально-экономический феномен // Региональные исследования. – 2008. – № 5.
3. Пространство современной России: возможности и барьеры развития (размышления географов-обществоведов) / отв. ред. А. Г. Дружинин, В. А. Колосов, В. Е. Шувалов. – М.: Вузовская книга, – 2012. – 336 с.

*Mirokhina Alla Aleksandrovna,
Moscow Technological University
(branch in Stavropol),
Associate Professor of Regional Economy Department
E-mail: mirala@yandex.ru*

DISTRIBUTION OF FUNCTIONAL DUTIES IN THE SYSTEM OF REGIONAL MANAGEMENT IN MONITORING THE SPATIAL DEVELOPMENT OF THE SUBJECT

*Мирохина Алла Александровна,
Филиал ФБГОУ ВО «Московский технологический университет»
в г. Ставрополе, доцент кафедры Региональной экономики
E-mail: mirala@yandex.ru*

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МОНИТОРИНГА ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА

Современные тенденции в сфере практики регионального управления указывают на несколько сложившихся явлений и процессов, которые незаслуженно игнорируются при принятии управленческих решений. Алгоритм регионального стратегического целеполагания и реализации намеченных целей предполагает диагностику и идентификацию проблем в развитии территорий, определение возможных путей их решений, благоприятствующих и ограничивающих факторах, влияющих на этот процесс. Вместе с тем проведение предварительных оценочных и аналитических работ на материале конкретных территорий – наиважнейший организационно-методический этап, от которого во многом зависит адекватность подобранных инструментальных средств для решения выявленных проблем.

Сложившаяся в системе Российского регионального управления подсистема информационно-аналитического сопровождения, формирующаяся в основном за счет ежегодных статистических наблюдений, проводимых по унифицированной программе мониторингования социально-экономических показателей, не в полной степени позволяет диагностировать системные проблемы в экономическом и социальном пространстве территорий¹.

¹ Казаков М. Ю., Бобрышев А. Н. Концептуальные основы мониторинга социально-экономического развития региона / Казаков М. Ю., Бобрышев А. Н. // Kant – 2011. – № 2. – С. 97–100.

Разбирая «корень» методических проблем подобного несоответствия между аналитическим инструментарием и диагностическими задачами выведем ряд положений:

– во-первых, изменилась релевантность мониторируемых индикаторов, в части содержащейся в них информационной нагрузки, отражающей реальные происходящие социально-экономические процессы (например, показатель ВРП на душу населения кроме компаративного назначения малоинформативен для оценки социально-экономической и пространственной ситуации в регионах, а ведь это один из важнейших индикаторов);

– во-вторых, существует ограниченность мониторируемых индикаторов, включенных в ежегодный план статистических наблюдений, которые не охватывают весь спектр значимых процессов, тенденций и явлений, в первую очередь это касается многогранных и полиаспектных процессов пространственного развития территорий;

– в третьих, на уровне регионов не разработана в методологическом и организационно-прикладном плане система конвертации результатов мониторинга пространственного развития территорий в управленческие решения в сфере социально-экономического развития¹.

В связи с этим для совершенствования подсистемы информационно-аналитического сопровождения региональных структур управления при принятии ими стратегических, тактических и оперативных решений в сфере социально-экономического развития региона необходимо в первоочередном порядке реализовать следующий комплекс методических и организационных рекомендаций:

– обосновать и инкорпорировать в аналитический блок мониторинга территорий региона параметры пространственного и пространственно-экономического развития;

– разработать порядок учета вырабатываемой по результатам мониторинга информации о пространственном и пространственно-экономическом развитии;

– модифицировать структуру и скорректировать функциональные задачи элементов подсистемы информационно-аналитического обеспечения на региональном и муниципальном уровнях²;

– пересмотреть полномочия и правообязанности органов регионального управления и местного самоуправления по разработке пространственной социально-экономической политике в части включения блока проведения мониторинговых и прочих аналитических процедур.

¹ Аралбаева Г.Г. Мониторинг как инструмент исследования региональной социально-экономической системы // Вестник экономической интеграции. – 2008. – № 5. – С. 91–99.

² Там же.



Рисунок 1. Демаркация полномочий в системе регионального менеджмента при проведении информационно-аналитических работ

Одним из наиболее значимых проблемных аспектов в данном комплексе рекомендаций является распределение функциональной нагрузки между уровнями системы регионального менеджмента. В настоящее время она представлена:

- региональными органами законодательной власти;
- органами исполнительной власти;
- органами местного самоуправления районного, городского и поселенческого уровней.

Для выработки эффективной и адекватной региональной социально-экономической политики необходимо согласованное информационно-аналитическое взаимодействие структур и органов регионального управления. В этой связи нами предлагается проект разделения полномочий между уровнями системы управления регионом (рисунок 1).

В мониторинговый ежегодный обзор, информационные блоки которого генерируются на уровне муниципальных районов и городских округов должны в обязательном порядке входить следующие данные, сгруппированные по функционально-тематическим блокам.

Блок пространственных характеристик территорий, включающий показатели площади, протяженности границ и характеристику пограничности, совокупную длину дорог общего пользования и ж/д магистралей, демографические и миграционные показатели развития территории.

Блок пространственно-экономических показателей, предусматривающий маркеры централизации /децентрализации, сужения и расширения экономического пространства, его фрагментарность и пространственно-связующие характеристики.

Блок показателей экономической и социальной динамики с картированием в структурном виде по муниципальным образованиям района.

Следует отметить, что детализация приведенных блоков по конкретным абсолютным и относительным или средним показателям должна проводиться в каждом регионе отдельно в соотношении с территориально-отраслевыми особенностями субъектов¹. В любом варианте показатели должны отражать выделенные нами три аналитических блока.

Подводя итог, отметим, что формирование подсистемы информационно-аналитического обеспечения региональной пространственной и социально-экономической политики – сложный процесс в организационно-методическом плане².

¹ Иванова Е. А., Кочергина С. Г. Содержание системы мониторинга социально-экономического развития региона // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2015. – № 5–1. – С. 174–178.

² Мамченко О. П. Вдовкина Е. Г. Гуляева К. Г. Информационные технологии как инструмент сглаживания пространственной поляризации социально-экономического развития территорий // Вестник алтайской науки. – 2013. – № 1. – С. 222–225.

Одной из главных задач при этом является разграничение компетенций между уровнями и ветвями власти в контуре регионального управления. Нами в статье предложена схема разделения полномочий в сфере информационно-аналитической деятельности системы регионального менеджмента, которая может составить основу для проектирования институциональных решений в исследуемой предметной области.

Список литературы:

1. Аралбаева Г. Г. Мониторинг как инструмент исследования региональной социально-экономической системы // Вестник экономической интеграции. – 2008. – № 5. – С. 91–99.
2. Иванова Е. А., Кочергина С. Г. Содержание системы мониторинга социально-экономического развития региона // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2015. – № 5–1. – С. 174–178.
3. Казаков М. Ю., Бобрышев А. Н. Концептуальные основы мониторинга социально-экономического развития региона / Казаков М. Ю., Бобрышев А. Н. // Kant – 2011. – № 2. – С. 97–100.
4. Мамченко О. П. Вдовкина Е. Г. Гуляева К. Г. Информационные технологии как инструмент сглаживания пространственной поляризации социально-экономического развития территорий // Вестник алтайской науки. – 2013. – № 1. – С. 222–225.

Section 4. Statistics

*Shaymardanov Shahzod Robertovich,
Ruzmatov Anvar Sagdullaevich,
Mamadaliyev Donierbek Shukhratovich,
Students of Tashkent State University of Economics
E-mail: uralqodirov@gmail.com*

THEORETICAL ASPECTS OF THE STUDY OF THE SEX AND AGE COMPOSITION OF THE POPULATION OF THE COUNTRY. POPULATION CENSUS AND ITS CURRENT ACCOUNTING IN UZBEKISTAN

Abstract: without considering the size and structure of those groups of the population that participate in it, it is impossible to study any social process. Under the sex composition of the population is understood the ratio of men and women. Although masculine and feminine beginnings are equivalent in nature, on average for every 100 females in Uzbekistan there are approximately 100–101 males. The ratio of the number of women and men at the beginning of 2017 in the Republic of Uzbekistan is 49.8% and 50.2% (respectively).

Keywords: statistics, population growth, population census, migration, demography, population growth, birth rate, population structure.

*Шаймарданов Шахзод Робертovich,
Рузматов Анвар Сагдуллаевич,
Мамадалиев Дониёрбек Шухратович,
Студенты Ташкентского государственного
экономического университета
E-mail: uralqodirov@gmail.com*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛОВОЗРАСТНОГО СОСТАВА НАСЕЛЕНИЯ СТРАНЫ. ПЕРЕПИСЬ НАСЕЛЕНИЯ И ЕГО ТЕКУЩИЙ УЧЕТ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация: Без учета численности и структуры тех групп населения, которые в нем участвуют невозможно изучение любого социального процесса.

Под половым составом населения понимается соотношение мужчин и женщин. Хотя мужское и женское начала в природе равнозначны, в среднем на каждые 100 женщин в Узбекистане приходится примерно 100–101 мужчина. Соотношение численности женщин и мужчин на начало 2017 года в Республике Узбекистан составляет 49,8% и 50,2% (соответственно).

Ключевые слова: Статистика, рост населения, перепись населения, миграция, демография, прирост населения, рождаемость, структура населения.

Республика является самым густонаселенным государством в Средней Азии и по численности населения стоит на третьем месте среди стран СНГ, уступая лишь России и Украине. В период с 1991 по 2017 гг. в Узбекистане наблюдался стабильный рост населения. Если, на начало 1991 г. численность населения составляла 20,6 млн. человек, на начало 2001 г. – 24,8 млн. человек, на начало 2006 г. – 26,3 млн. человек, на начало 2011 г. – 29,1 млн. человек, то на начало 2017 года – 32,1 млн. человек и возросла по сравнению с 1991 г. на 11,5 млн. человек или в 1,6 раза. Из этих 32,1 млн. человек 16 238,5 тыс. (примерно 50,6%) приходится на городское население, и оставшиеся 15 882,6 тыс. (49,4%) – на сельских жителей.

Выбор данной темы обусловлен именно необходимостью исследования и анализа социально-экономических процессов, поскольку эта сфера жизни в современном Узбекистане имеет тенденцию роста. Интерес здесь представляет то, с какими темпами увеличивается население Республики и как влияют условия жизни людей на их продолжительность жизни. Исследование половозрастного состава населения является важным условием изучения его прошлого и определения перспектив его будущего. Поэтому актуальность выбранной темы бесспорна и состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

В статье описывается процесс проведения переписи и текущего учета данных по половозрастной структуре населения Узбекистана, определены факторы ее формирования – взаимодействие процессов рождаемости, смертности и миграции на протяжении периода с 1991 по 2017 гг. Вторая глава – методологическая часть курсовой работы, в которой осуществлено подробное описание методов изучения половозрастной структуры населения. Третья глава включает в себя анализ и графики половозрастной структуры Узбекистана.

Половозрастной состав населения представляет собой распределение численности населения по возрастным группам отдельно для мужчин и женщин. Данная структура является одной из наиболее важных.

Обычно состав населения по полу рассматривается вместе с возрастным составом, так как существуют различия в повозрастной смертности мужчин и женщин.

1.1 Возрастной состав населения.

Республика Узбекистан состоит из Республики Каракалпакстан, 12 областей, 162 районов и 118 городов, среди стран СНГ по общей численности населения

занимает третье место, уступает при этом лишь России и Украине. Главной отличительной особенностью Узбекистана являются относительно высокие темпы прироста населения. В этом аспекте Узбекистан уступает только соседней Республике Таджикистан, опережая оставшиеся государства ближнего зарубежья. Для сравнения в период с 1897 по 1993 год численность населения бывшего СССР возросла менее, чем в 2 раза, в то время как по Узбекистану данный показатель составил более 5,5 раз.

Увеличение численности населения Республики происходит под влиянием разнообразных причин: исторических, социально-экономических, а также собственных для республики, демографических факторов. В свою очередь все эти факторы неразрывно связаны между собой.

В Узбекистане равномерный рост среди численности населения осуществляется на протяжении многих лет. Однако, отмечались периоды, когда такая тенденция в некоторой степени была нарушена, например, в 1941–1945 годах. Мобилизация военнообязанного населения на фронт вызвала резкое сокращение демографической базы его воспроизводства. Негативно демографическое влияние войны отражается и в наши дни. Статистические данные подтверждают, что наиболее высокие темпы роста численности населения республики за всю её историю попадают на современный этап, когда среднегодовой прирост численности населения достигает 3–3,5 процента. За последние тридцать лет численность населения Республики выросла почти на 12 млн. человек, в то время, как за предыдущий такой же период – на 3,5 млн.

1.2. Половой состав населения

Большое значение в демографическом исследовании имеет также и половой состав населения, так как данные о соотношении мужчин и женщин в целом и в разных возрастах важны для анализа процесса воспроизводства населения.

Половая структура населения складывается под влиянием трех основных факторов:

- 1) соотношение полов среди новорожденных (биологическая константа);
- 2) половые различия в смертности;
- 3) половые различия в интенсивности миграции населения.

В среднем мальчиков рождается больше, чем девочек, причем соотношение полов среди новорожденных стабильно: 105 –106 мальчиков на 100 девочек. Однако, в Узбекистане данное соотношение приблизительно идентично. Так, по данным Госкомстата Республики, на 100 рожденных мальчиков приходится 102–103 рожденные девочки. Ученые-физиологи считают, что мужской организм в младенческом возрасте менее жизнестойчив и на первых порах жизни мальчиков умирает больше. Далее смертность видоизменяется: в развитых странах повышается смертность мужчин из-за травматизма и профессиональных заболеваний,

а также алкоголизма и курения; в развивающихся странах смертность среди женщин часто превышает мужскую, что является следствием ранних браков, частых родов, тяжелого труда, недостаточного питания и неравного положения в обществе. В Узбекистане картина с половой структурой предстает в следующем виде: численность мужчин превосходит численность женщин приблизительно на 2% (50.2% против 49.8% соответственно).

Выделяют различные причины различия в средней продолжительности жизни мужчин и женщин (в Узбекистане женщины сейчас живут, в среднем, почти на 8 лет дольше, чем мужчины):

- влияние войн, уносящих преимущественно жизни мужчин (в основном этим объясняется существующая диспропорция полов в нашей стране);
- миграции, в которых принимают участие в основном мужчины;
- характер экономики, предъявляющий различный спрос на мужской и женский труд.

Основным источником демографических данных о населении и тенденциях его воспроизводства признаны переписи населения, которые предоставляют относительно достоверные сведения и дают возможность ученым и руководителям всех рангов и отраслей использовать полученную в результате их проведения информацию в своих интересах.

Итак, перепись населения представляет собой процесс сбора и обобщения, оценки, анализа, а также публикации демографических, экономических и социальных данных обо всем населении страны, проживающем на определенный момент времени на ее территории или ее четко ограниченной части.

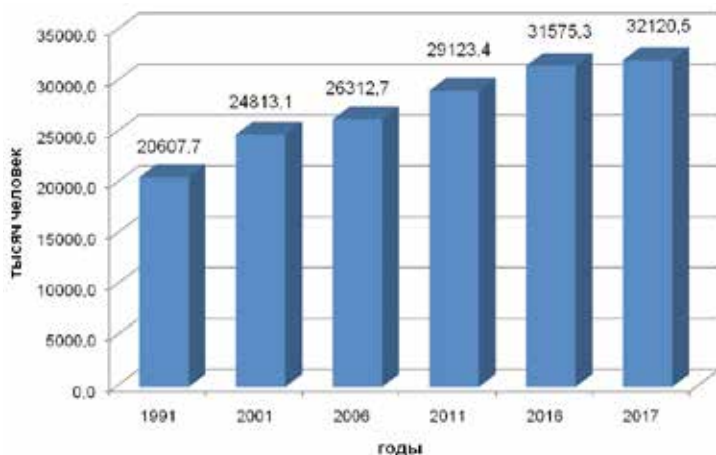


Диаграмма 1. Рост численности Узбекистана в период с 1991 по 2017 гг.¹

¹ Борисов В. А. Демография: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Нота Бене, – 2007.

- Также в этот период ощущались значительные изменения в распределении населения по месту проживания. Например, если в 1991 г. городское население составляло 40,3 процента от всей численности населения, то на 1 января 2017 года этот показатель был равен 50,6 процента (диаграмма 2). Как уже отмечалось ранее, в Республике Узбекистан в течение 1991–2017 гг. наблюдался стабильный рост населения, что привело в итоге к увеличению населения по сравнению с 1991 г. на 11,5 млн. человек или в 1,6 раза:

Также в этот период ощущались значительные изменения в распределении населения по месту проживания. Например, если в 1991 г. городское население составляло 40,3 процента от всей численности населения, то на 1 января 2017 года этот показатель был равен 50,6 процента:

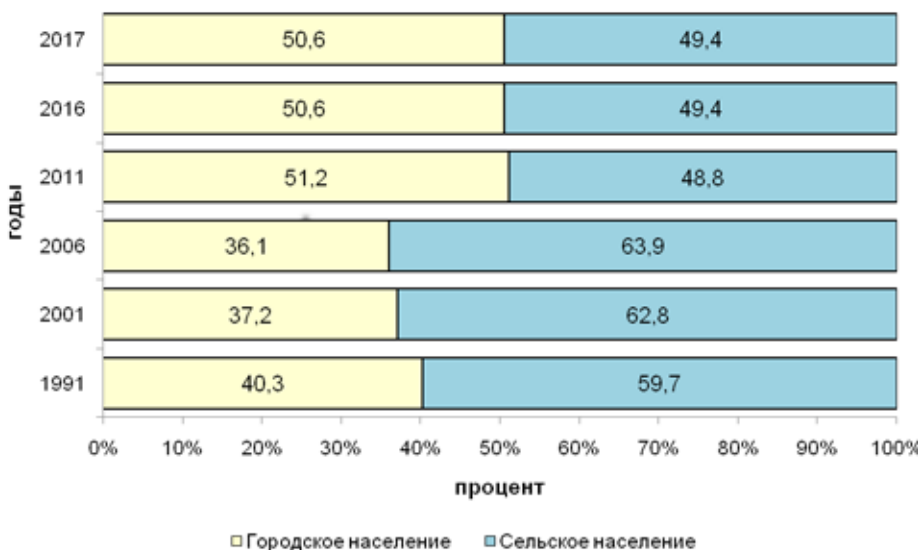


Диаграмма 2. Рост численности Узбекистана в период с 1991 по 2017 гг. ¹

- Изменения наблюдались и в показателях естественного движения населения. Так, в 1991 г. в республике родилось 723,4 тыс. детей, коэффициент рождаемости на 1000 населения составлял 34,5 промилле, а умерло 130,3 тыс. человек, коэффициент смертности на 1000 населения составлял 6,2 промилле, естественный прирост населения был равен 593,1 тыс. человек, коэффициент естественного прироста населения на 1000 единиц населения составлял 28,3 промилле:

¹ Борисов В. А. Демография: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Нота Бене, – 2007.

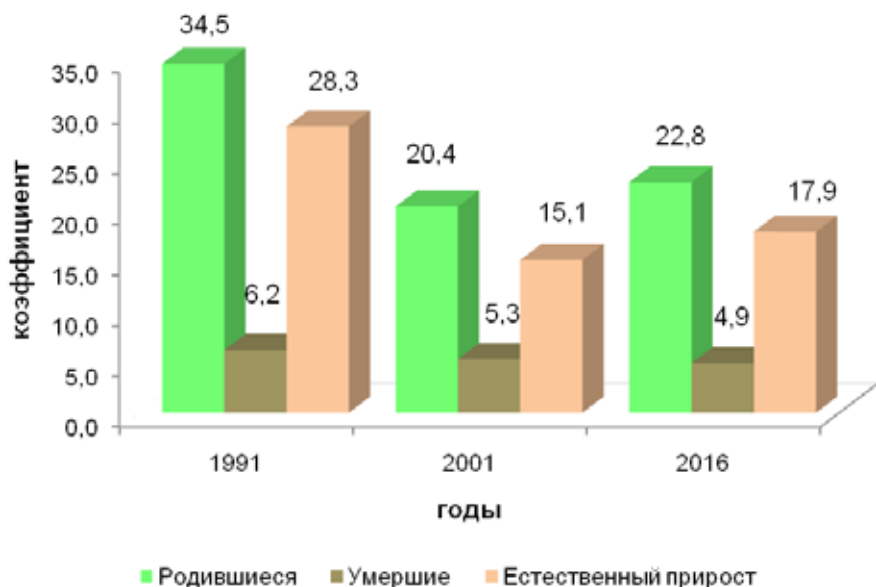


Диаграмма 3. Естественное движение населения Республики Узбекистан (на 1000 единиц населения)

- По итогам 2016 г. в Республике умерло 154,8 тыс.человек, коэффициент смертности на 1000 населения составил 4,9 промилле. В то время, как в 1991 г. умерло 130,3 тыс.человек, в 2001 г. – 132,5 тыс.человек, в 2011 г. – 143,3 тыс.человек, на 1000 единиц населения коэффициент смертности составлял 6,2 промилле, 5,3 промилле, 4,9 промилле соответственно. Это свидетельствует хоть и не о значительном, но все-таки уменьшении смертности среди населения;
- Среди детей в возрасте до 1 года за 2016 г. в Узбекистане умерло 7,8 тыс.детей, коэффициент младенческой (дети до 1 года) смертности на 1000 живорожденных составил 10,7 промилле. Для сравнения коэффициент младенческой (дети до 1 года) смертности на 1000 живорожденных в 1991 г. был равен 35,5 промилле, в 2001 г. – 18,3 промилле, в 2010 г. – 11,0 промилле;
- Можно также отметить, что если в 1991 г. в составе населения республики численность мужчин составила 10,2 млн.человек, а женщин – 10,4 млн. человек, то к 2017 г. численность мужчин была равна 16,1 млн.человек, а женщин – 16,0 млн.человек. В свою очередь, на начало 2017 г. доля мужчин в общей численности населения была равна 50,2 процента, а женщин – 49,8 процента.

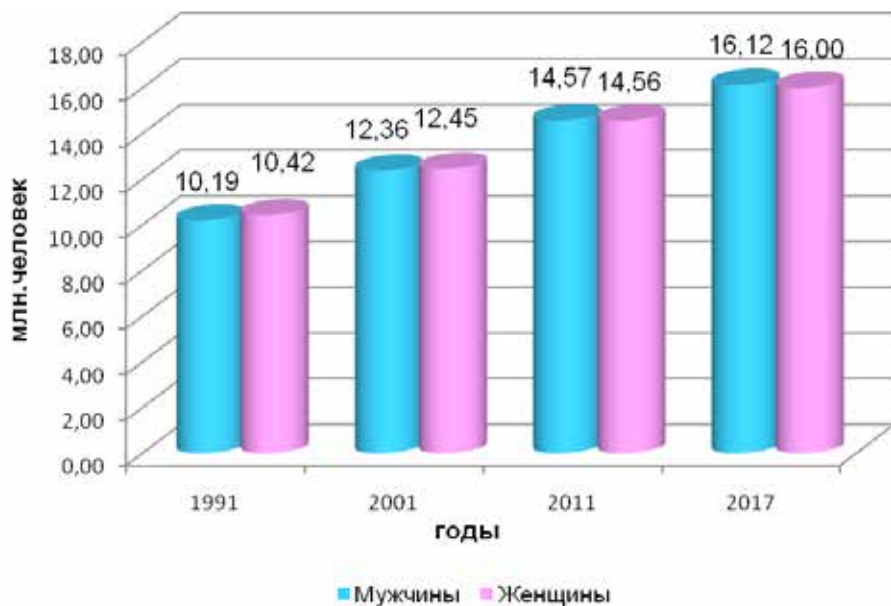


Диаграмма 4.

Список литературы:

1. Борисов В.А. Демография: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Нота Бене, – 2007.
2. Боярский А. Я. Курс демографии – М., «Финансы и статистика» – 2004.
3. Бреева Е. Б. Основы демографии: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», – 2004.
4. Бутов В. И. Демография: учебное пособие / под ред. В. Г. Игнатова. – М., Ростов-на-Дону: Март, – 2003.
5. Вишневский А. Г. Воспроизводство населения и общества – М., – 2002.

Section 5.

Finance, money circulation and credit

*Serputko Oleksii,
Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Master's degree student, Faculty of Economics
E-mail: alex_serputko@ukr.net*

DEPOSIT INSURANCE AS A TOOL OF PROVIDING BANKING SYSTEM STABILITY

Nowadays one of the main features of world civilization development is the globalization of all spheres of life. Globalization process hasn't passed the financial sector by, the structure of which has the banking system on a special place.

A stable banking system gives a powerful impetus to the rapid economic growth of any country, because it ensures the smooth functioning of the payment system, stimulates savings, investments in the economy, promotes the development of financial intermediation.

One of the most dangerous influences on the stability of the banking system is the depositors' panic, which can occur even if there is a well-balanced assets and sufficient liquidity level of the national banks. International experience of banking convinces that even rumors about fragility of a financial institution can instantly cause panic among depositors, to reassure whom is extremely difficult.

Ensuring banking system stability is a complex task, that's why and in most developed countries "financial safety net"¹ systems are created. They include:²

- a) the creation of a lender of last resort, which assumes the main burden of solving the problems of banks' liquidity (in most cases this role is played by central banks);
- b) the development of measures to regulate the financial condition of banks, as well as prudential supervision, is usually carried out by central banks;

¹ Ketcha J., Nicholas Jr. Deposit insurance system design and considerations. Bank for International Settlements Policy Papers – 1999. – P. 221–239.

² Bukhtiarova A. Development of the national deposit insurance system: diss. PhD in Economics: 08.00.08 / Bukhtiarova Alina Gennadyivna; Ukrainian Academy of Banking. – Sumy, – 2015. – 284 p.

c) the introduction of deposit insurance system, which, along with providing insurance protection for the property interests of depositors performs a set of measures to prevent bank failures.

Since the creation of the first deposit insurance system in the 1930's in the USA, there has been a significant transformation of insurance forms and insurance indemnities. For example, in 1933 the US financial system implemented an explicit deposit insurance policy, meaning that the government would pay for certain amount of deposits (USD 2500 in coverage) to help restore public confidence and stability in the banking system. The amount of coverage increased by USD 100 000 in 1980 and is currently \$250,000 per depositor, per bank per ownership category¹.

A major argument in favor of deposit insurance is that it maintains and promotes financial stability by preventing inefficient bank runs arising from asymmetric information² and by protecting the interests of depositors, making the state's obligations to them transparent and understandable, strengthening public confidence in the banking system.

However, the deposit insurance system also revealed some weak points. The main problem related to the insurance mechanism malfunction was the disruption of the market principles of banking business regulation and the inadequate risk assessment by the commercial banks themselves and their clients as a result of the state deposit insurance. For a commercial bank, the credibility provided by the state guarantee makes it possible to work with a lower level of liquidity.

The study conducted by Cull, Senbet, and Sorge³ show that deposit insurance did not affect the stability of the banking industry. They argue that the state deposit insurance only brought higher operational costs for banks, and, consequently, bank managers took advantage of opportunities to increase their returns by making riskier investments, because they knew that their deposits were insured. Also depositors will take little or no interest in the way that the bank takes risks. This is known as "moral hazard". Another argument is that the effectiveness of the implementation of deposit insurance depends on the structure of financial development in a particular country, such as the regulation of bank ownership structure, credit and deposit regulation, interest rate regulation.

In contrast to this study, others indicate that having a deposit insurance has had benefits for the banking sector. Gonzales⁴, Ho, Lai, and Lee⁵, show that the

¹ Kusairi S., Sanusi N., Ismail A. Dilemma of deposit insurance policy in ASEAN countries: Does it promote banking industry stability or moral hazard? *Borsa Istanbul Review* – 2017.

² Chu K. Deposit Insurance and Banking Stability. *Cato Journal*, – Vol. 31. – 2011. – P. 99–117.

³ Cull R., Senbet L., Sorge M. Deposit insurance and financial Development. *Journal of Money, Credit and Banking*, – Vol. 37. – 2005. – P. 43–82.

⁴ Gonzales F. Bank regulation and risk-taking incentives: An international comparison of bank risk. *Journal of Banking and Finance*, – Vol. 29. – 2005. – P. 1153–1184.

⁵ Ho C.-L., Lai G., Lee J.-P. Financial reform and the adequacy of deposit insurance fund: Lessons

deposit insurance helped bring stability to the banking industry by preventing bank runs and liquidity problems. When the depositors know that their deposits are insured, they have no rational reason to rush to withdraw their money in case of a crisis, which otherwise causes systemic problems in the banking industry. Depositors can easily and quickly get back their insured money if a financial crisis arises, so negative rumors that might undermine confidence in the banking industry are avoided.

Angkinand¹ explores the correlation between deposit insurance and the cost of financial crises. Using 47 banking crisis episodes in 35 countries during 1970–2003, the author finds that deposit insurance can reduce the output cost of bank crisis, and countries with higher deposit insurance coverage and bank capital adequacy requirements have fewer crises. In other words, the implementation of explicit deposit insurance has a positive impact on the banking system stability and increases coverage of insured deposits, which in turn reduces the negative effect of a financial crisis.

In order to solve the problem of inadequate incentives to increase the risk, a policy of tightening up the requirements to banks with regard to the structure of their assets, liquidity indicators, the amount of regulatory capital, etc. is usually conducted simultaneously with the introduction of a deposit insurance system. The requirement to comply with banking standards helps to reduce the share of risky investments with low liquidity and to increase the level of reliability of the entire banking system².

For the effective operation of the deposit insurance system, it is required that an adequate risk assessment is carried out by all market participants, including depositors.

The effectiveness of the deposit insurance system and its impact on the development of the banking sector are determined by:

- the deposit insurance system's functions implementation level;
- the completeness of the realization of the deposit insurance system design and operation basic principles;
- the response rate of the deposit insurance system to external conditions changes;
- the duration of the operation of the deposit insurance system and current economic conditions.

In all developed countries, the creation of deposit insurance system is recognized as a necessary and important element of an effective mechanism for maintaining financial security and stability of the banking system. However, it should be noted, that

from Taiwanese experience. *International Review of Economics and Finance*, – Vol. 30. – 2014. – P. 57–77.

¹ Angkinand A. Banking regulation and the output cost of banking crises. *Journal of International Financial Markets: Institutions and Money*, – Vol. 19. – 2009. – P. 240–257.

² Savko P. Deposit guarantee as one of the tools to protect against external shocks. *Bank Newsletter*. – Vol. 1. – 2009. – P. 38–43.

the deposit insurance system, even if properly organized, allows to handle with only a limited number of simultaneous bank failures, and the deposit insurance system cannot be expected to cope with the systemic banking crisis independently.

References:

1. Angkinand A. Banking regulation and the output cost of banking crises. *Journal of International Financial Markets: Institutions and Money*, – Vol. 19. – 2009. – P. 240–257.
2. Bukhtiarova A. Development of the national deposit insurance system: diss. PhD in Economics: 08.00.08 / Bukhtiarova Alina Gennadyivna; Ukrainian Academy of Banking. – Sumy, – 2015. – 284 p.
3. Chu K. Deposit Insurance and Banking Stability. *Cato Journal*, – Vol. 31. – 2011. – P. 99–117.
4. Cull R., Senbet L., Sorge M. Deposit insurance and financial Development. *Journal of Money, Credit and Banking*, – Vol. 37. – 2005. – P. 43–82.
5. Gonzales F. Bank regulation and risk-taking incentives: An international comparison of bank risk. *Journal of Banking and Finance*, – Vol. 29. – 2005. – P. 1153–1184.
6. Ho C.-L., Lai G., Lee J.-P. Financial reform and the adequacy of deposit insurance fund: Lessons from Taiwanese experience. *International Review of Economics and Finance*, – Vol. 30. – 2014. – P. 57–77.
7. Ketcha J., Nicholas Jr. Deposit insurance system design and considerations. *Bank for International Settlements Policy Papers* – 1999. – P. 221–239.
8. Kusairi S., Sanusi N., Ismail A. Dilemma of deposit insurance policy in ASEAN countries: Does it promote banking industry stability or moral hazard? *Borsa Istanbul Review* – 2017.
9. Savko P. Deposit guarantee as one of the tools to protect against external shocks. *Bank Newsletter*. – Vol. 1–2009. – P. 38–43.

Section 6. Economics of enterprises

*Bisengalieva Almagul Aidyngaliyevna,
Kazakh Academy of Labor and Social Relations,
graduate student, the Faculty of Economics
E-mail: bisengalieva85@mail.ru*

*Smagulova Nyailya Turarbekovna,
Kazakh Academy of Labor and Social Relations,
D.e.s., Professor, Department of Economics and Business
E-mail: smagulova.n.t@mail.ru*

ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN MODERN CONDITION OF ACHIEVEMENT AND POTENTIAL AND IT'S DEVELOPMENT

Abstract: This article is devoted to the development of entrepreneurial education in the conditions of industrial and innovative development. The achievements of business education in Kazakhstan are analyzed, the features of their existing forms and types are revealed. The foreign experience of entrepreneurial education is considered. Recommendations for improving the system of business education are given.

Keywords: entrepreneurial education, business education, professional retraining, advanced training, business training potential.

*Бисенгалиева Алмагуль Айдынгалиевна,
Казахская Академия труда и социальных отношений,
магистрант, экономический факультет
E-mail: bisengalieva85@mail.ru*

*Смагулова Няйля Турарбековна,
Казахская Академия труда и социальных отношений,
Д.э.н., профессор, кафедра Экономики и бизнеса
E-mail: smagulova.n.t@mail.ru*

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ДОСТИЖЕНИЯ И ПОТЕНЦИАЛ ЕГО РАЗВИТИЯ

Аннотация: Данная статья посвящена вопросам развития предпринимательского образования в условиях индустриально-инновационного развития.

Проанализированы достижения бизнес образования в Казахстане, выявлены особенности действующих их форм и видов. Рассмотрен зарубежный опыт предпринимательского образования. Даны рекомендации по совершенствованию системы бизнес образования.

Ключевые слова: предпринимательское образование, бизнес образование, профессиональная переподготовка, повышение квалификации, потенциал бизнес обучения.

Введение. Сейчас даже в случае успешного ведения своего дела, люди часто сталкиваются с недостатком профессиональных знаний. Именно поэтому, получить дополнительное бизнес-образование так необходимо в современных условиях. О беспрецедентной роли бизнес-школ в формировании и развитии трудовых ресурсов подтверждается мировым опытом в этой сфере образования. Дальнейший рост национальной экономики невозможен без хорошо обученных и подготовленных кадров (предпринимательских и управленческих). Достигнутые пределы экономического роста подталкивают к поиску прогрессивных путей стимулирования предпринимательского образования. Именно от развития бизнес образования во многом будет зависеть уровень человеческого капитала в стране.

Основная часть. Предпринимательское образование представляет собой процесс развития способности распознавать коммерческие возможности и делать аналитические выводы, развивать знания и навыки предпринимательства, для того, чтобы действовать в соответствии с ними. Оно также включает в себя обучение традиционным дисциплинам делового предпринимательства, таким как менеджмент, маркетинг, информационные системы и финансы¹. Предприниматели обучались через бизнес-курсы, которые на раннем этапе были созданы на материалах западных источников², но сегодня в аналогичных курсах используется материал, ориентированный на рынок Казахстана.

Усложнившиеся социально-экономические процессы, повысившиеся экономические и социальные риски со стороны внешних воздействий, уплотнившиеся информационные потоки – всё это повышает требования к уровню профессионализма предпринимателей³.

¹ Chang, Jen Chia. International Journal of Recent Advances in Organizational Behaviour and Decision Sciences (IJRAOB) An Online International Research Journal (ISSN: 2311-3197) – Vol. 1. – 2015. Issue 4.

² Лукичев Г. США и Европейский союз: конкуренция в образовании и исследованиях // В мире науки. – 2003. – № 10. – С. 18–19.

³ Подвербных О. Переподготовка рабочих кадров: роль мотивации // Человек и труд. – 2007. – № 4. – С. 34–38.

Очевидно, что профессиональная подготовка и повышение квалификации предпринимателей предполагает учет потребностей государства и общества в данных людях в существующей социально-экономической ситуации, особенно, в условиях экономического кризиса.

Разразившийся в 2008 и 2015 годах мировой экономической кризис с большой достоверностью показал, что предпринимательская деятельность в условиях рыночной экономики не может развиваться без усиленной государственной поддержки, включая содействие в профессиональной подготовке и переподготовке, а также повышению квалификации предпринимателей¹.

В целях регулирования предпринимательской деятельности государство разработало ряд программ: «Дорожная карта бизнеса-2020», «100 конкретных шагов», «Индустриально-инновационного развития 2015–2019 годы», «Производительность 2020», «Занятость 2020», «Развития моногородов на 2012–2020 годы» – где приводятся меры по стимулированию профессиональной переподготовке и повышения квалификации кадров.

Согласно политики стимулирования предпринимательского образования созданный фонд «Даму» стал уделять большое внимание обучению и развитию бизнеса предпринимателей. Что касается обучению основам бизнеса Фонд предлагает широкий спектр продуктов и услуг для предпринимателей: различные курсы, семинары, тренинги, мастер-классы и т. п.. Так, сегодня проводятся краткосрочные трехдневные курсы обучения по следующим проектам: «Поддержка открытия нового бизнеса», «Бизнес-советник», «Бизнес-Рост», «Бастау Бизнес», «Школа молодого предпринимателя»² и другие.

Из них следует выделить образовательный проект «Деловые связи» – это семинары и тренинги, которые проводятся успешными отечественными и зарубежными бизнесменами и тренерами. Этот проект направлен для оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим свою деятельность в приоритетных секторах экономики. В рамках программы «Дорожная карта бизнеса 2020» семинары проводятся бесплатно. К тому же, отметим, что участниками данного проекта могут быть руководители высшего и среднего звена компаний, заинтересованных в установлении деловых связей с иностранными партнерами³.

¹ Омаров М. Е. Современные особенности повышения квалификации предпринимателей в Казахстане. – URL: <http://www.rusnauka.com>

² Godovoy Otchet Ao fond Razvitiya Predprinimatelstva damu Za – 2016. God – URL: <https://damu.kz/upload/iblock/5fa>

³ Образовательный проект «Деловые связи» – URL: https://www.kbtu.kz/Content/materials/about/125NPP Project_Press_v6.pdf

На сегодняшний день рынок бизнес-образования в Казахстане является относительно сформировавшимся. Отечественные бизнес школы получили общественное признание и успешно работают на рынке – среди них: МАБ, КИМЭП, UIB. Ещё более 200 компаний предлагают тренинговые и консалтинговые услуги. Исследование показало, что развитие системы бизнес-образования обусловлено растущим спросом на обучение и профессиональное развитие кадров. Все большим спросом пользуется программа MBA – Магистр Делового Администрирования, которая готовит управленческие кадры для местных компаний. Такая форма повышения квалификации или переподготовки кадров очень распространена как за рубежом, так и у нас в республике. В целях обеспечения высокого качества обучения, некоторые бизнес школы проходят аккредитацию в международных аккредитационных агентствах, таких как SEEMAN, ACBSP, AMBA. Следовательно, потенциалом развития предпринимательского образования будут программы по MBA.

Проведенное исследование показывает, что в условиях инноваций появляется необходимость международного сотрудничества в профессиональной подготовке и повышении квалификации предпринимателей, позволяющем активно адаптировать передовой зарубежный опыт.

Так, уже несколько лет в рамках международного сотрудничества в ряде государств Центральной Азии силами специалистов ФРГ реализуется Программа InWEnt (Internationale Weiterbildung und Entwicklung) –Международное повышение квалификации и развитие. С 2005 года по настоящее время совместно с немецкими партнерами и Международной профессиональной академией «Тур-ан-Профи» по заказу Министерства экономики и бюджетного планирования Республики Казахстан реализуется международная программа «Курсы повышения квалификации руководящих работников и менеджеров в сфере экономики Республики Казахстан». В результате участия в данной программе повысили свою квалификацию только в казахстанских образовательных центрах более 2 500 менеджеров, из них более 400 человек прошли стажировку на ведущих предприятиях Германии¹.

Анализ существующей зарубежной практики предпринимательского образования, показывает широкое распространение программы MBA по предпринимательству, которая взяла свое начало в университетах США, в частности Гарвардского университета.

На сегодняшний день такие курсы предпринимательства в университетах являются необходимыми для обучения руководителей и специалистов, в частности

¹ Доскеева Г., Монобаева А. «Современное состояние бизнес-образования в Казахстане» – URL: <https://articlekz.com/article/9470>

управленческим навыкам. Благодаря таким программам МВА проходит подготовка или переподготовка высококвалифицированных кадров. Слушателями МВА являются бизнесмены, руководители и специалисты, желающие воплотить свой потенциал, получить новые знания, а также завести полезные знакомства в области топ менеджмента. Этот курс направлен на развитие лидерских способностей и аналитического склада мышления менеджера, а также возможности создания собственного дела.

Особое внимание обучению непосредственно на производстве уделяется при профессиональной подготовке молодых рабочих и начинающих руководителей в Японии, где выпускники университетов и кадровые рабочие, имеющие общеобразовательную подготовку, получают профессиональные знания преимущественно уже на производстве. Многие исследователи считают, что использование при бизнес-образовании тип интеграционной модели технопарковых структур или создание технополиса является более эффективным в части сотрудничества крупного бизнеса с институтами или университетами, а также получения высшего профессионального образования. К тому же, такой вид интеграционной модели избавляет от необходимости поиска рабочего места большинства выпускников.

Выводы. Результаты исследования позволили сформулировать следующее:

1) Государство оказывает содействие в дальнейшем развитии предпринимательского образования путем внедрения ряд программ поддержки бизнес-образованию;

2) Выявлены два основных подхода к предпринимательскому образованию за рубежом:

- Подготовка к предпринимательской деятельности в процессе общего образования (через введение специализированного образования за счет самостоятельных курсов экономики и предпринимательства на основе дополнительных часов);

- Качественное общее образование, направленное в большей степени на развитие личности, как база для подготовки учащихся к будущей профессиональной деятельности.

3) На основе системного обобщения форм бизнес образования определена наиболее продвинутая – программа МВА по предпринимательству. Данное обучение состоит из семинаров, мастер-классов, деловых игр, мозгового штурма, а также компьютерных программ;

4) Предлагается адаптировать японский опыт бизнес образования в Казахстане в виде интеграционной модели технопарковых структур. Именно за счёт эффективно организованного производственного обучения японские фирмы достигают значительных успехов. Поэтому, применение подобной практики у нас повысит техническую компетентность, облегчит понимание будущими специалистами – руководителями реальных проблем производства.

Список литературы:

1. Godovoy Otchet Ao fond Razvitiya Predprinimatelstva damu Za – 2016. God – URL: <http://damu.kz/upload/iblock/5fa/> (Дата обращения: 20.10.2017)
2. Доскеева Г., Монобаева А. Современное состояние бизнес-образования в Казахстане» – URL: <https://articlekz.com/article/9470> (Дата обращения: 15.12.2017)
3. Лукичев Г. США и Европейский союз: конкуренция в образовании и исследованиях // В мире науки. – 2003. – № 10. – С. 18–19.
4. Образовательный проект «Деловые связи» – URL: www.kbtu.kz/Content/materials/ (Дата обращения: 14.12.2017).
5. Омаров М. Е. Современные особенности повышения квалификации предпринимателей в Казахстане. – URL: <http://www.rusnauka.com> (Дата обращения: 15.12.2017).
6. Подвербных О. Переподготовка рабочих кадров: роль мотивации // Человек и труд. – 2007. – № 4. – С. 34–38.
7. Chang Jen Chia. International Journal of Recent Advances in Organizational Behaviour and Decision Sciences (IJRAOB) An Online International Research Journal (ISSN: 2311–3197) – Vol. 1. – 2015. Issue 4.

*Nizamova Guzelya Alimzhanovna,
Kazakh Academy of Labor and Social Relations,
graduate student, the Faculty of Economics*

E-mail: Guzelya_saitova@mail.ru

*Smagulova Nyailya Turarbekovna,
Kazakh Academy of Labor and Social Relations,
D. e.s., Professor, Department of Economics and Business
E-mail: smagulova.n.t@mail.ru*

DEVELOPMENT OF FEMALE ENTERPRISE: THE THEORETICAL ASPECT

Abstract: In the article the problem of development of female entrepreneurship. It identifies the main reasons for the formation women's entrepreneurship. The characteristic factors, restraining the development of women's business. Suggested directions for stimulating women's business activity.

Keywords: female entrepreneurship, small business, development factors, motivation for business, business environment, business activity.

*Низамова Гюзеля Алимжановна,
Казахская Академия труда и социальных отношений,
магистрант, экономический факультет*

E-mail: Guzelya_saitova@mail.ru

*Смагулова Няйля Турарбековна,
Казахская Академия труда и социальных отношений,
Д. э.н., профессор, кафедра Экономики и бизнеса*

E-mail: smagulova.n.t@mail.ru

РАЗВИТИЕ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация: В статье рассматривается проблема развития женского предпринимательства. В ней определены основные причины формирования женского предпринимательства. Выявлены характерные факторы, сдерживающие развитие женского бизнеса. Предложены направления по стимулированию деловой активности женщин.

Ключевые слова: женское предпринимательство, малый бизнес, факторы развития, мотивация к бизнесу, бизнес-среда, деловая активность.

Введение. Сегодня во всех странах происходит развитие женского предпринимательства. В Казахстане его развитие непосредственно связано с реализацией задач модернизации отечественной экономики. Для функционирования женского

бизнеса принимаются государственные программы, в частности по поддержке отечественного производителя. Кроме того, создаются благоприятные условия для продвижения малого бизнеса в разные сферы деятельности.

Сейчас большое внимание уделяется исследованию проблемы развития женского предпринимательства, поскольку предпринимательская сфера выступает одной из важных субъектов экономической деятельности, от результатов которой зависит не только благосостояние отдельной хозяйственной единицы, но и всего населения страны в целом. На современном этапе развития нашего общества женщины выступают в роли предпринимателей, активно конкурируя с предпринимателями мужчинами. Новая смена людей – это наиболее подходящее время для обновления идей, методов и даже целей.

Тем самым существование такого бизнеса выводит женщин на новый уровень развития. Они получают производственные и коммерческие навыки, расширяют свое производство и создают новые рабочие места. Вместе с тем, дальнейшее развитие женского предпринимательства свидетельствует о том, что имеются нерешенные проблемы, связанные с вопросами его стимулирования, снижения административных барьеров и другие.

Основная часть. Сектор малого бизнеса является одним из ключевых элементов рыночной экономики с присущими ему закономерностями развития. Его роль определяется тремя основополагающими функциями: экономической, социальной и политической. Поэтому поиск возможностей для реализации потенциала сектора малого бизнеса непосредственно определен активной деятельностью женщин.

С появлением организации «Ассоциация деловых женщин Казахстана», появились такие понятия, как «гендер», «гендерная политика». Основательницы объединения ввели в обиход и такие новые понятия, как «женское предпринимательство», «женское движение». За последнее время ассоциация успешно содействовала деловой активности женщин в сфере малого бизнеса. Так, в разработанном при ее участии Национальном женском плане по улучшению положения женщин, стратегии гендерного равенства – были намечены возможности по поднятию общего уровня бизнес-культуры, стимулирования предпринимательской инициативы и дальнейшего развития женского предпринимательства¹.

В условиях постиндустриального общества складываются особые предпосылки для женского предпринимательства – происходит переход от производства товаров к производству услуг, и женщина в такой ситуации особо востребована обществом. Находят применение благоприятные социально-психологические качества женщин: умение моделировать новые идеи в нестандартных условиях, способность

¹ Эпоха гендера – 2003–2006 гг. – URL: <http://businesswomen.kz/assotsiatsii/istoriya/>

вызывать доверие, интуиция и т. д. Этим объясняется массовый выход женщин в предпринимательство, в XX веке, который называют «тихой революцией»¹.

Жесткие рамки возрастного ценза, наличие несовершеннолетних детей, повышенность требований многих работодателей – все это значительно ослабляет позиции на рынке труда женщин, вынужденных и готовых трудиться в две смены – на работе и дома. Активное внедрение женщин в новые для них сферы деятельности повлекло за собой научный и исследовательский интерес к изучению появившейся в обществе группе, так называемых, «бизнес – леди» – женщин – новаторов с высокой потребностью в самореализации и неограниченным творческим потенциалом².

Женщинам постсоветского пространства было сложнее осуществлять предпринимательскую деятельность, чем жительницам европейских стран. Вследствие того, что для женщин–предпринимателей более серьезной проблемой выступала нехватка знаний и опыта введения бизнеса.

Сегодня вопросы развития и поддержки отечественного женского предпринимательства входят в число приоритетных направлений модернизации экономики Казахстана. Однако, можно выделить ряд факторов, тормозящие его интенсивное развитие. К ним следует отнести нижеперечисленные факторы.

Первый фактор, оказавший большое влияние на специфику формирования женского предпринимательства на территории стран постсоветского пространства – это сфера концентрации субъектов женского предпринимательства. Женщины столкнулись с неблагоприятными условиями в период переходной рыночной экономики: ограниченные возможности трудоустройства, недостаток свободных рабочих мест и дискриминационные действия работодателей. Все это заставило женщин проявлять предпринимательскую инициативу в поисках работы и заработка или искать возможности самозанятости, как правило в тех сферах деятельности, где не требуется высокой квалификации и профессиональной подготовки³.

Второй фактор – это культурная составляющая стран СНГ (бывших союзных республик), когда в традиционном обществе не поощрялась активная общественная деятельность женщин.

Третий фактор – образовательные возможности для осуществления женского бизнеса. Массовое предпринимательство требует соответствующей профессио-

¹ Становление и развитие женской сети – 1996–1999 гг. – URL://<http://businesswomen.kz/assotsiatsii/istoriya/>

² Гендерный Аспект в развитии предпринимательства в Казахстане. – URL: <http://group-global.org/ru/node/37047>

³ Женское предпринимательство в Казахстане – очерк развития и текущего состояния. – URL: <http://wlf.kz/statystyka/47>

нальной подготовки. Отсутствие удовлетворительной базы специальных учебных программ для адаптации и подготовки женщин к ведению бизнеса и новым требованиям рынка труда показывает, что сегодня происходит экстенсивное развитие женского предпринимательства.

Четвертый фактор – экономические характеристики. Согласно статистическим данным чаще всего женщины заняты работой в низкооплачиваемых секторах экономики (легкая и пищевая отрасли, образование, здравоохранение). Государственное субсидирование чаще направлялись в сферы экономики, где больше работают мужчин (добывающая промышленность, автомобилестроение, строительство, транспорт)¹.

С активным участием женщин в предпринимательской деятельности перед ними открываются новые перспективы: для решения проблем занятости, преодоления гендерного неравенства, повышения социально-экономического статуса женщин. Рост неполных семей с малолетними детьми, возрастающее число разводов актуализируют необходимость получения женщинами самостоятельного дохода. Минимизация социальных выплат, связанных с материнством, осложняет положение женщин в обществе. Самостоятельный доход содействует обеспечению равенства прав и возможностей женщин в обществе. Естественно, из существующих трех возможных источников получения доходов: оплата наемного труда; социальные выплаты в связи с материнством; предпринимательская деятельность – следует выбрать наилучший.

Несмотря на трудности и финансовые кризисы, немалая часть женского населения ищет и находит формы и методы выживания, что свидетельствует об умении выбирать пути выхода из экстремальных ситуаций. Создание малого предприятия становится одним из источников дохода для женщин. Мотивация к женскому бизнесу изначально базируется на стремлении увеличить доходы и семейный бюджет, а также получить свободу в использовании своего потенциала, желания реализовать собственную идею. Конечно, их деятельность в качестве предпринимателей в сильной степени зависит от эффективности условий для ведения бизнеса в стране. Женское предпринимательство сталкивается с трудностями, многие из которых являются чисто женскими. Хотя и важно отметить, что многие препятствия-трудности являются общими, одинаковыми. Тем не менее, женщинам гораздо сложнее преодолеть их, чем мужчинам². Главными препятствиями остаются отсутствие информации, ограниченный доступ к финансированию

¹ Женщины и мужчины Казахстана. Статистический сборник Агентства по статистике Республики Казахстан. – Астана, – 2015.

² Барсукова С. Ю. Специфика женского предпринимательства © 2000 г – URL: <http://www.read.newlibrary.ru>

открытия бизнеса, неблагоприятная налоговая политика и затрудненность административных процедур¹.

Следовательно, стимулирование деловой активности женщин в предпринимательской деятельности должно быть взаимосвязано от состояния национальной экономики: – повышение деловой активности в период экономического спада и снижение (торможение) в период подъема; – стимулирование деловой активности в определенных формах и сферах деятельности; – управление деловой активностью для достижения общеэкономических целей (снижение общего уровня безработицы, наукоемкая реструктуризация экономики).

Кроме того, в систему стимулирования активизации женского бизнеса необходимо включить конкретный инструмент в форме льгот – гарантированное участие субъектов женского предпринимательства в размещении госзаказов в виде выделения квоты на их получение.

Выводы: Таким образом, в результате проведенного исследования выявлено, что:

– развитие женского предпринимательства способствует стабилизации и динамичному росту национальной экономики, а также реализации социальных задач страны.

– в настоящее время существуют несколько факторов, сдерживающие развитие женского бизнеса. Следовательно, их целесообразно учитывать при разработке соответствующих программ или мероприятий по устранению препятствий в развитии предпринимательства, присущих конкретно женскому бизнесу.

– мотивация к бизнесу невозможна без возникновения совокупности причин, вследствие которых повышается деловая активность женщин и развивается женское предпринимательство.

– дальнейшее развитие женского предпринимательства невыполнимо без реализации системы стимулирования деловой активности женщин и государственного регулирования его в современных условиях, в частности создания систем льгот. Вследствие чего необходимо разработать и реализовать специфические преференции для субъектов отечественного женского бизнеса.

Список литературы:

1. Барсукова С. Ю. Специфика женского предпринимательства © 2000 г. – URL: <http://www.read.newlibrary.ru> (дата обращения: 25.10.2017).
2. Гендерный Аспект в развитии предпринимательства в Казахстане. – URL: <http://group-global.org/ru/node/37047> (дата обращения: 09.10.2017).
3. Женское предпринимательство в Казахстане – очерк развития и текущего состояния. – URL: <http://wlf.kz/statystyka/47> (дата обращения: 10.11.2017).

¹ Сарсембаева Р. Б. Женское предпринимательство: проблемы и перспективы развития в Республике Казахстан. – URL: <http://www.almau.edu.kz>

4. Женщины и мужчины Казахстана. Статистический сборник Агентства по статистике Республики Казахстан. – Астана, – 2015. (дата обращения: 23.11.2017).
5. Сарсембаева Р.Б. Женское предпринимательство: проблемы и перспективы развития в Республике Казахстан – URL: http://www.almau.edu.kz/..//QWERTY/Downloads/%5b9%5d_sarsembayeva_r.%5brus%5d.pdf (дата обращения: 18.11.2017).
6. Становление и развитие женской сети – 1996–1999 годы. – URL: <http://businesswomen.kz/assotsiatsii/istoriya/> (дата обращения: 27.11.2017)
7. Эпоха гендера – 2003–2006 гг. – URL: <http://businesswomen.kz/assotsiatsii/istoriya/> (дата обращения: 30.11.2017).

*Trubitsyn Konstantin,
Director,
Master of Business Administration (MBA),
LLC Transport company "AKTUAL"*

ECONOMY IN ROAD TRANSPORT. QUALITY OF SERVICES PROVIDED

Abstract: The article is devoted to the state of the transport system of Russia and the features of the vehicle's economic advancement, the quality of the services rendered at the vehicle in Russia. Also, an enormous amount of exposure is getting to the quality of service on the automobile transport. It should be borne in mind that the specificity of such transport consists in the transportation of goods and passenger transport at short intervals, although often the shipping is used at long range. In this article it has long been said that the automobile transport is an important economical center of Russia, important element of the transport infrastructure acting as a converging point between a consumer and other types of transportation. The quality of services it is a quality of the labour process. The service on the automotive transport economically represents the unique value proposition in the determinate direction locally. With the aid of the motor transport the transportation of freight and passenger services are being performed. The passenger transportation transports are not only people but also the hand-luggage, passenger baggage.

Keywords: transport system of Russia, vehicle's economic advancement, quality of the services rendered.

*Трубицын Константин,
Директор,
Мастер Делового Администрирования (МВА)
ООО Транспортная компания «АКТУАЛ»
E-mail: 4784200@mail.ru*

ЭКОНОМИКА НА АВТОТРАНСПОРТЕ. КАЧЕСТВО ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ

Аннотация: Статья посвящена состоянию транспортной системы России и особенностям экономического развития автотранспорта, качеству оказываемых услуг на автотранспорте России. Также большое внимание уделяется качеству обслуживания на автомобильном транспорте. Необходимо помнить, что специфика таких перевозок заключается в перевозке грузов и пассажиров на небольшие расстояния, хотя зачастую перевозка груза используется и на большие расстояния. В статье говорится о том, что автомобильный транспорт является важным

экономическим узлом России, важным элементом транспортной системы, выступающим связующим звеном между потребителем и другими видами транспортировки. Качество услуги — это качество процесса труда. Услуга на автотранспорте с экономической точки зрения представляет собой потребительскую стоимость в определённом направлении в определённом месте. С помощью автомобильного транспорта выполняются грузовые и пассажирские перевозки. Пассажирский транспорт перевозит не только людей, но и ручную кладь, багаж пассажиров.

Ключевые слова: транспортная система России, экономическое развитие автотранспорта, качество оказываемых услуг.

Автотранспортная отрасль является важной составляющей инфраструктуры России, которая связана непосредственно с созданием благоприятных условий для развития народного хозяйства, предпринимательства. Автотранспорт ежедневно осуществляет пассажирские перевозки, доставку груза в регионы, тем самым способствуя развитию предприятий, позитивно влияя на экономическое состояние России.

Экономика — это сложный, всеохватывающий механизм, который нацелен непосредственно на обеспечение жизнедеятельности не только человека, но и общества.

Экономика на автотранспорте является сводом законов ведения хозяйственной деятельности, предназначенной для создания на перманентной основе всевозможных благ цивилизации, основной целью которых является удовлетворение потребностей человека.

Таким образом, экономика на автотранспорте — это раздел свода правил ведения хозяйственной деятельности, который направлен на урегулирование процессов функционирования предприятий, которые объединены в группу по признакам однотипности выпускаемой продукции, предоставляемых услуг для благ социума.

На сегодняшний день самым нуждающимся в поддержке, финансировании и самым востребованным является автомобильный транспорт.

Благодаря именно автотранспорту выполняется огромное количество задач, связанных напрямую с перемещением разного рода грузов между организациями, обеспечением материальной базой при конструировании и последующем ремонте путей сообщения, техсооружений.

Концепция функциональной нагрузки дорожного хозяйства сводится к обустройству магистралей, осуществления ремонтных работ, содержанию в нужном состоянии транспортной системы.

К особенностям экономических отношений в автотранспортной отрасли относят особенности продукции. С одной стороны, итоговым продуктом автотранспорта можно считать хорошую автомобильную дорогу, магистраль,

позволяющую легко выполнять перевозку пассажиров, перемещать грузы. С другой стороны, дорога – продукт производственной деятельности разных коллективов тружеников, направленная на обустройство новых дорог, содержание и ремонт существующих магистралей.

Таким образом, предприятие должно иметь какие-то экономические выгоды от своей продукции. Тем не менее, сюда подключается иная особенность — это отсутствие платы за проезд по таким дорогам. Производственные, автотранспортные и сельскохозяйственные предприятия используют такие магистрали чаще всего абсолютно бесплатно. Фиксированная ставка налогообложения собственников компаний является единственным способом поддержания дорог в исправном состоянии¹.

Важным преимуществом автотранспорта считается возможность обеспечить транспортные связи между городами, странами, сёлами, деревнями, поселениями. Главный элемент транспортной системы России, а также главный перевозчик страны — это автомобильный транспорт.

ЕТС или единая транспортная система — это совокупность перевозочных средств, путей сообщения, средств управления, связи, технических устройств, а также механизмов, средств связи и управления, которые объединены системой технических, технологических, правовых, информационных, экономических отношений, которые обеспечивают удовлетворение потребностей народного хозяйства в перевозке пассажиров и грузов.

Автомобильный транспорт является важным экономическим узлом России, важным элементом транспортной системы, выступающий связующим звеном между потребителем и другими видами транспортировки.

Ключевыми задачами экономики на автотранспорте являются:

1. Исследование взаимного влияния развития городов, муниципальных образований и автомобильного транспорта;

2. Исследование развития территорий, отраслевых производств, а также иных сфер социума;

3. Исследование и распространение методов, которые благоприятно влияют на развитие страны в экономическом плане, а также непосредственную интеграцию страны в мировую экономику и транспортную систему;

4. Исследование методов и форм организации транспортных систем, которые обеспечивают транспортную доступность территории, обеспеченность автомобильным транспортом населения данной территории;

5. Применение технологических и экономических методов организации производства услуг автомобильного транспорта с целью улучшения обслуживания населения в условиях снижения затрат на автомобильном транспорте;

¹ URL: <https://utmagazine.ru/posts/9337-ekonomika-transporta> Дата доступа: 21.11.2017.

6. Применение и определение самых эффективных методов влияния на структуру капитальных вложений, инвестиций в автомобильную отрасль с целью формирования модернизированной материально-технической базы;

7. Реализация и выбор методов экономии ресурсов при эффективной с точки зрения экономики доставке пассажиров, грузов.

С развитием российской автомобильной промышленности тесно связано развитие автомобильного транспорта. Улучшению качества оказания транспортных услуг способствует активное производство современных автомобилей с большей долговечностью, безопасностью, надёжностью, которые обладают высочайшими стандартами качества. С целью заполнения всех ниш перевозок на автотранспорте требуется увеличивать выпуск автомобилей разного рода модификаций, грузоподъёмности.

В области улучшения инфраструктуры автомобильных дорог целевыми задачами являются:

1. Улучшение качества строительства дорог с помощью разработки и реализации мероприятий по повышению устойчивости земляного полотна, долговечности покрытий, прочности, модернизации технологии строительных работ;

2. Широчайшее применение местных материалов с целью устройства дорожных оснований, покрытий;

3. Преодоление сезонности при строительстве дорог ввиду внедрения прогрессивных, новаторских сборных конструкций для дорожных покрытий, искусственных сооружений, разработки и использования комплексов автомобилей, механизмов с целью производства всех ведущих работ зимой.

Время перевозок сокращает строительство современных автомобильных дорог, а также повышает производительность труда, что позволяет увеличивать грузоподъёмность автомобилей, продляет межремонтный пробег, срок службы подвижного состава, обеспечивает безопасность движения на дороге.

Методы транспортной логистики (доставка товаров за короткие сроки с небольшими затратами) приходится использовать ввиду рыночных отношений. Про внутренние резервы повышения экономических результатов функционирования автомобильного предприятия невозможно забыть. Сюда относят:

1. Организацию техобслуживания, ремонт в ночную и вторую смены;

2. Улучшение материально-технической базы компании, что даёт возможность увеличивать коэффициент технической готовности автомобилей, увеличивать эксплуатационную и техническую скорость, сократить время простоя в ремонте;

3. Увеличение транспортной и трудовой дисциплины;

4. Использование прицепов;

5. Организацию работы машин в несколько смен.

Руководству предприятий при покупке автомобильного транспорта необходимо подумать на каком виде топлива будет функционировать автомобиль. Самая

затратная часть в плане перевозок на автомобильном транспорте являются затраты на горючее.

На вершине автомобильных услуг окажутся те предприятия автотранспорта, которые будут применять все способы и методы для снижения стоимости перевозок и увеличения производительности труда¹.

Ввиду ослабления плановых начал появилась необходимость перехода экономики России к рыночным отношениям. Перед автомобильным транспортом в рыночных условиях возникает спектр проблем по адаптации к рыночной экономике. Особенности и чертами работы автомобильного транспорта в условиях рыночной экономики являются такие обстоятельства, как:

1. Формирование рынка услуг автомобильного транспорта;
2. Новые экономические условия функционирования автомобильного транспорта и потребителей услуг;
3. Усиление конкуренции между предприятиями автомобильного транспорта и разного рода транспортом.

Основной целью любого автотранспортного предприятия является извлечение прибыли на базе производства услуги, которая требуется конечному потребителю.

В странах с развитой рыночной экономикой весьма развита специализация деятельности предприятий автомобильного транспорта, позволяющего каждому участнику процесса доставки достигать высокого уровня качества обслуживания во время перевозок при небольших затратах в своём сегменте рынка. Автомобильные предприятия делятся на такие группы:

1. Лизинговые;
2. Стивидорские;
3. Информационно-посреднические;
4. Экспедиционные;
5. Транспортные;
6. По ремонту подвижного состава и оборудования и пр.

Услуги автомобильного транспорта считаются предварающим и завершающим процесс материального производства. Услуги автомобильного транспорта — это подвид деятельности автомобильного транспорта, который направлен на удовлетворение потребностей потребителей, характеризующийся наличием нужного информационного, технологического, финансового, правового и ресурсного обеспечения. К услугам автотранспорта относят:

1. Хранение груза;

¹ «Экономика автотранспорта». Электронный журнал «Экономика и социум» – № 2 (21) – 2016. URL: <http://www.iurp.ru> Дата доступа: 22.11.2017.

2. Погрузочно-разгрузочные операции;
3. Перевозка груза, корреспонденции;
4. Подготовка к перевозке;
5. Перевозочные средства на условиях проката и аренды;
6. Перегон перевозочных средств;
7. Транспортно-экспедиционные, дополнительные услуги, которые выполняются во время перевозки грузов, багажа с целью обслуживания организаций, населения и пр.

Важной проблемой является определение качества доставки грузов. Самым значимым параметром считается время доставки груза. Потребителя привлекают минимальные сроки доставки, удобство приёма и сдачи груза, сохранность груза, получение достоверной информации о тарифах, условия перевозки, место груза и пр.¹

Каковы основные требования потребителей услуг автомобильного транспорта?

1. Минимальные сроки доставки груза;
2. Надёжность перевозки;
3. Безопасность;
4. Регулярность доставки;
5. Комфорт и дополнительные услуги;
6. Стоимость и пр.

Проведённый анализ и сравнение автомобильных, железнодорожных и пр. перевозок показывает, что по многим параметрам автомобильные перевозки выигрывают ввиду гибкости обслуживания, приспособляемости под требования конечного потребителя, уровень обслуживания, стоимость доставки, безопасность и прочие параметры.

Оценка качества предоставляемых услуг является достаточно сложной проблемой. По стандарту ISO 8402–86 качество услуг определяется как совокупность характеристик услуг, которые придают способность удовлетворять предполагаемые потребности. Итак, требования, которые предъявляются потребителями к доставке вытекают из потребностей. Обычно такие потребности и требования описываются в контрактах².

Предложение услуг на автотранспорте не имеет больших возможностей для сглаживания неравномерности, пиков спроса, а также отличается малой гибко-

¹ Экономика автомобильного транспорта: учебное пособие / И. Н. Лавриков, Н. В. Пеньшин; под науч. ред. д – ра экон. наук, проф. И. А. Минакова. – Тамбов: Изд – во ГОУ ВПО ТГТУ, Тамбов. – 2011. – 116 с. – 100 экз. – ISBN 978–5–8265–1005–6.

² Методическая разработка открытого урока по дисциплине «Экономика отрасли». О. В. Мо розова.

стью. Предложение услуг обычно отличается невысокой гибкостью с точки зрения именно технологии. В условиях современного рынка качество определяется как уровень свойств потребителя, надёжности услуги¹.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что автомобильный транспорт является на сегодняшний день самым востребованным транспортом не только для бизнеса, но и для физических лиц. Практически все перевозки между городами реализуются именно автомобильным транспортом. Это связано в первую очередь с доступностью автомобильных дорог, низкой стоимостью перевозки.

Если провести сравнительный анализ стоимости перевозки с помощью воздушного сообщения, речного, морского, железнодорожного, то можно чётко проследить тенденцию к постоянному снижению стоимости перевозок на автотранспорте в прямом соотношении к другим видам транспорта. Из всех вышеперечисленных видов сообщения, самым дорогим считается авиасообщение, а также речные и морские перевозки.

Автомобильный транспорт в России имеет и ряд недостатков. В первую очередь, такие недостатки связаны с качеством дорожного покрытия, возрастающей стоимостью топлива, низким качеством российской сборки автомобилей, невысоким уровнем поведения автолюбителей на дорогах.

Список литературы:

1. URL: <https://utmagazine.ru/posts/9337-ekonomika-transporta> Дата доступа: 21.11.2017.
2. «Экономика автотранспорта». Электронный журнал «Экономика и социум» – № 2 (21) – 2016. URL: <http://www.iurp.ru> Дата доступа: 22.11.2017.
3. Экономика автомобильного транспорта: учебное пособие / И. Н. Лавриков, Н. В. Пеньшин; под науч. ред. д – ра экон. наук, проф. И. А. Минакова. – Тамбов: Изд – во ГОУ ВПО ТГТУ, Тамбов. – 2011. – 116 с. – 100 экз. – ISBN 978–5–8265–1005–6.
4. Методическая разработка открытого урока по дисциплине «Экономика отрасли». О. В. Морозова.
5. Общий курс транспортной логистики. Л. С. Федоров, В. А. Персианов, И. Б. Мухаметдинов. под ред. Л. С. Федорова. ISBN: 978–5–406–06244–9.

¹ Общий курс транспортной логистики. Л. С. Федоров, В. А. Персианов, И. Б. Мухаметдинов. под ред. Л. С. Федорова. ISBN: 978–5–406–06244–9.

Contents

Section 1. Marketing	3
<i>Demuriya Sofiko Aristotelevna, Stoyanov Vladislav Victorovich</i> THE DEVELOPMENT OF RESTAURANT BUSINESS IN RUSSIA AT THE EXPENSE OF THE BRAND IDENTITY.....	3
Section 2. Mathematical and Instrumental Methods of Economics	10
<i>Ivanko Evgeny Evgenievich</i> MODEL OF KEY SUPPLIERS IN GLOBAL ECONOMY BASED ON CLOSED FLOWS IN NETWORK	10
Section 3. Regional economy	17
<i>Kazakov Mikhail Jur'evitch</i> PERCEPTION OF THE SCIENTIFIC CONSTRUCT “PERIPHERY” IN THE CONTEXT OF THE SYSTEMOLOGY OF INTERACTION OF SPATIAL AND ECONOMIC STRUCTURES	17
<i>Mirokhina Alla Aleksandrovna</i> DISTRIBUTION OF FUNCTIONAL DUTIES IN THE SYSTEM OF REGIONAL MANAGEMENT IN MONITORING THE SPATIAL DEVELOPMENT OF THE SUBJECT	22
Section 4. Statistics	27
<i>Shaymardanov Shahzod Robertovich, Ruzmatov Anvar Sagdullaevich, Mamadaliyev Donierbek Shukhratovich</i> THEORETICAL ASPECTS OF THE STUDY OF THE SEX AND AGE COMPOSITION OF THE POPULATION OF THE COUNTRY. POPULATION CENSUS AND ITS CURRENT ACCOUNTING IN UZBEKISTAN.....	27
Section 5. Finance, money circulation and credit	34
<i>Serputko Oleksii</i> DEPOSIT INSURANCE AS A TOOL OF PROVIDING BANKING SYSTEM STABILITY.....	34

Section 6. Economics of enterprises.....	38
<i>Bisengalieva Almagul Aidyngalieвна,</i> <i>Smagulova Nyailya Turarbekovna</i> ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN MODERN CONDITION OF ACHIEVEMENT AND POTENTIAL AND IT`S DEVELOPMENT	38
<i>Nizamova Guzelya Alimzhanovna,</i> <i>Smagulova Nyailya Turarbekovna</i> DEVELOPMENT OF FEMALE ENTERPRISE: THE THEORETICAL ASPECT	44
<i>Trubitsyn Konstantin</i> ECONOMY IN ROAD TRANSPORT. QUALITY OF SERVICES PROVIDED	50