

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный технический университет»

ЭКОНОМИКА СФЕРЫ СЕРВИСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Материалы

V Всероссийской научно-практической конференции

(Омск, 20–22 ноября 2018 года)

Под общей редакцией
кандидата исторических наук А. С. Полянского

*Научное текстовое электронное издание
локального распространения*

Омск
Издательство ОмГТУ
2019

УДК 33
ББК 65.9(2Рос)
Э40

Редакционная коллегия:

*A. С. Полынский, Н. А. Кулик, Н. М. Калинина, Е. В. Кулагина,
Г. М. Андросова, Е. В. Храпова, С. В. Тарута, А. А. Белолобова*

Э40 **Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы** : материалы
V Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 20–22 нояб. 2018 г.) / Минобрнауки
России, ОмГТУ ; под общ. ред. А. С. Полынского. – Омск : Изд-во
ОмГТУ, 2019.

ISBN 978-5-8149-2762-0

Рассмотрены основные направления развития экономики в сфере
сервиса, актуальные вопросы реновации промышленных зон, проблемы
и перспективы развития туризма, а также достижения в индустрии
моды и красоты.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей,
студентов и аспирантов сервисно-экономических направлений подго-
товки, а также для широкого круга читателей.

УДК 33
ББК 65.9(2Рос)

1 электронный оптический диск

Оригинал-макет издания выполнен в Microsoft Office Word 2007/2010 с использованием возможностей Adobe Acrobat Reader.

Минимальные системные требования:

- процессор Intel Pentium 1,3 ГГц и выше;
- оперативная память 256 Мб и более;
- свободное место на жестком диске 260 Мб и более;
- операционная система Microsoft Windows XP/Vista/7/10;
- разрешение экрана 1024×768 и выше;
- акустическая система не требуется;
- дополнительные программные средства Adobe Acrobat Reader 5.0 и выше.

Ответственность за содержание материалов несут авторы

Издаётся в авторской редакции

Подписано к использованию 09.01.19.
Объем 5,62 Мб.

Издательство ОмГТУ.
644050, г. Омск, пр. Мира, 11; т. 23-02-12
Эл. почта: info@omgtu.ru

Секция 1. РЕНОВАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН, КАК НОВАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ ГОРОДА

СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «РЕНОВАЦИЯ» С. В. Тарута, Ш. Х. Донгак	8
ОПЫТ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН НА ПРИМЕРЕ Г. МОСКВЫ А.А. Глухих, Е. В. Храпова	14
РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОЗДАНИЮ САЙТА «КОМПЛЕКС ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И СТРОИТЕЛЬСТВА Г. ОМСКА» Т. В. Галюкшова, А.П. Бондарь	18
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ОПЫТА РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН В РАМКАХ ТЕРРИТОРИИ СУБЪЕКТА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ Г. НОВОСИБИРСК) Н. М. Калинина, О. В. Самохвалова	24
ОСОБЕННОСТИ РЕОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН В ЛОФТ- АПАРТАМЕНТЫ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО ОПЫТА С. В. Тарута, Г. И. Шадиева	29
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН НА ПРИМЕРЕ МИРОВОГО ОПЫТА А. Ю. Романенко, Н. М. Калинина	34
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ОПЫТА Г. КАЗАНИ В РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН А. Ф. Ольшевская, В. П. Чижик	39
АДАПТАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОБЪЕКТОВ К ПОТРЕБНОСТЯМ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ КУЙБЫШЕВСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЗОНЫ ГОРОДА ОМСКА) А.В. Корикова, Н.А. Кулик	43
РЕНОВАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДА ОМСКА К. М. Лысанская, М.А. Репин, С. В. Тарута	48

**Секция 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ**

ТОКСИЧНЫЙ ПЕРСОНАЛ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В.М. Федоров, Н.А. Кулик	54
МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО О. Ю. Шевченко, В.С. Бакулева, А.В. Кутышева	57
ERP-СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В. П. Чижик, М. Д. Косицкая	62
АНАЛИЗ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О. Ю.Шевченко, А. В Кузнецова.....	68
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА: ГЛАВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБСЛУЖИВАНИИ. Е. А. Миселёва, Е. В. Барашкова, О. Ю. Шевченко	72
ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ В РОССИИ Н. Н. Саяпина, Н. С. Ушакова.....	75
К ВОПРОСУ ОБ АУДИТЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ АУДИТА Е. А. Балашова	80
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БАНКА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ Н. Н. Саяпина, Л. А. Кусакин	84
ДОСТУПНОСТЬ БАНКОВСКИХ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ ЛЮДЯМ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ Ю. В. Плохих, Н. С. Ушакова	88
КАДРЫ И ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ А. А. Белолобова	94
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НЕБАНКОВСКИХ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ Ю. В. Плохих, И.В. Самоличенко	97

РАЗВИТИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ РЕВОЛЮЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА В. В. Годунов, Н. А. Шкурин, О. Ю. Шевченко	101
АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ ЖКХ С. В. Тарута, Т.В.Конорева	104

**Секция 3. ТУРИЗМ КАК ЗНАЧИМОЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОСТИ:
ПРОБЛЕМЫ И УСЛОВИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ**

ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА ОМСКА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ТУРИЗМА	
И. Е. Карасев, Е. В. Мельникова	110
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ	
В. А. Вержак	112
ТУРИЗМ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)	
С. А. Рябая	115
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ, ЦЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	
М. В. Евдокимова	119
ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ И ДЕЛОВЫХ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЦАХ Г. ОМСКА	
Е. В. Кулагина, Ю. В. Сливкова	123
СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	
Е. В. Кулагина, Ю. В. Сивкова	127
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	
А.В. Куприна, Д.А. Нечаева	131
НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИИ	
А.В. Куприна, К.В. Якунина	136
ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ СЕЛЬСКИХ ГОСТЕВЫХ ДОМОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ	
О. В. Лукина, Е. В. Кулагина	140

Секция 4. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ

ЗАДАЧИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ШВЕЙНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
Е. А. Заец, О.В. Ревякина	144
МОДЕЛИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ГОЛОВНЫХ УБОРОВ	
Е. В. Штеле, О.В. Ревякина	147
ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ С УЧЁТОМ НЕФОРМАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ	
И. В. Виниченко, Ш-Н-Ц. Ликсутова-Бумажникова	151
ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ПРОИЗВОДСТВО МОДНОГО ПРОДУКТА	
И. В. Виниченко	154
СОЗДАНИЕ СЛОЖНЫХ ФОРМ В ОДЕЖДЕ ПРИ ПОМОЩИ ГРАФИЧЕСКИХ ПРОГРАММ	
А. В. Водяницкая, Ж. А. Фот	157
ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ СОЕДИНИТЕЛЬНЫХ И КРАЕВЫХ ШВОВ В ДВУХСТОРОННИХ ПАЛЬТО	
А. А. Старовойтова, Ж. А. Фот	162
ПРИМЕНЕНИЕ ТАНИНОВЫХ ПРОТРАВ В НАТУРАЛЬНОМ КРАШЕНИИ	
Е. П. Маковецкая, О.А. Рашева	166
КЛАССИФИКАЦИЯ ПОЯСНЫХ СУМОК	
А.Ю. Федорова, Е. В. Евдущенко.....	170
К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЗДОРОВЬЕ СОХРАНЯЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ	
Е. В. Косова, Г. М. Андросова	176

СЕКЦИЯ 1.

РЕНОВАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН, КАК НОВАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ ГОРОДА

УДК 332.145

СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «РЕНОВАЦИЯ»

С. В. Тарута, Ш. Х. Донгак

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – в статье рассматриваются основные понятия «реконструкции» и дается определение «реконструкции промышленных зон». На протяжении уже достаточно длительного времени в мире прослеживается тенденция к деиндустриализации городских территорий. Это связано с постепенным изменением технологий в различных сферах производства, а также со стремлением повысить качество жизни населения городов. Бывшие производственные зоны занимают значительный процент наиболее инвестиционно-привлекательных территорий города. Эти зоны являются градостроительным потенциалом, резервом земельного фонда. В статье предлагается рассмотреть несколько основных методов реорганизации бывших промышленных территорий, главной целью которых является устойчивое развитие города.

Ключевые слова – реконструкция, промышленные зоны.

I. ВВЕДЕНИЕ

Реконструкция промышленных зон является актуальным вопросом для многих больших городов России. Целесообразность модернизации промышленной территории обусловлена экономическими, экологическими, эстетическими и историческими аспектами.

Основной целью градостроительного освоения земельных участков является обеспечение устойчивого развития территорий и формирование благоприятной среды для жизнедеятельности настоящего и будущих поколений. Главной же целью реконструкции является повышение экологической, социальной и экономической эффективности использования промышленных зон.

Поскольку изначально производство и промышленность были основными градообразующими факторами, то существующие сегодня промышленные зоны во многих случаях располагаются в центральной части городов. На сегодняшний день города имеют тенденцию постиндустриального развития, и это влечет за собой необходимость реорганизации устаревших и пассивных промышленных зон, в первую очередь тех, которые занимают перспективные и инвестиционно-привлекательные городские территории.

Проекты реконструкции промышленных зон всё больше востребованы в сегодняшней российской действительности. В этот процесс вовлечены многие стороны: органы городской администрации, федеральных служб, инвесторы, девелоперы, проектные институты, застройщики, финансовые структуры. Реализация проектов реконструкции сложна как в административном, так и в социально-экономическом аспектах. Как правило, большие территории бывших промышленных объектов сегодня имеют нескольких собственников, планы которых могут значительно различаться, поэтому основная задача местных органов государственной власти: заинтересовать владельцев и создать благоприятные условия для инвестирования в городские территории.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение определения «Реконструкция».

Основными задачами исследования являются:

- рассмотреть современные подходы к понятию «реконструкция»;
- описать виды реконструкции;
- рассмотреть основные методы реорганизации бывших промышленных территорий.

III. ТЕОРИЯ

С латинского реконструкция (renovatio) переводится как обновление, возобновление, ремонт. Большой толковый словарь дает следующее определение «Реконструкция – [лат. renovatio – обновление, возобновление] процесс обновления, замещения, выбывающих в результате физического и морального износа элементов основных производственных фондов новыми».

Толковать слово «реновация» можно довольно широко – под ней может пониматься и небольшой ремонт, и глобальное обновление, и даже ликвидация какого-либо ветхого объекта с вводом в эксплуатацию нового. Но в любом случае, реновация подразумевает под собой улучшение качественных характеристик. Подвергаться реновации могут не только постройки, но и транспорт, но обновление затрагивает именно жилые или производственные здания.

В нормативно-правовых источниках не дано точного определения термина «реновации», а в Градостроительном кодексе даются близкие понятия «реконструкция» (ст. 1) и «развитие застроенных территорий» (ст. 46.1).

Однако в Проекте Федерального закона N 550294-7 "О реновации жилищного фонда в Российской Федерации", внесенном в ГД ФС РФ по состоянию на 19.09.2018 под реновацией жилищного фонда понимается «реконструкция или снос не подлежащих капитальному ремонту объектов жилищного фонда и жилищное строительство на высвобождаемой территории с обеспечением территории реновации объектами коммунальной, транспортной, социальной инфраструктуры, а также проведением мероприятий по благоустройству жилых территорий» [1].

На сегодняшний день с позиции промышленного строительства реновация представляет собой «технико-экономический процесс замещения выбывающих из производства вследствие физического и морального износа машин, оборудования, инструмента новыми основными средствами за счёт средств амортизационного фонда, как один из процессов комплексной реконструкции промышленных объектов» [2, 3].

Видный ученый, заслуженный деятель науки РФ, заслуженный строитель России, доктор экономических наук, профессор А.Н. Асаул с точки зрения гражданского строительства трактует реновацию как «инновационный процесс в сфере основного капитала, при котором изменяется функциональное назначение объектов реконструкции» [4].

ТАБЛИЦА 1
СОВРЕМЕННЫЕ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И НОРМАТИВНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К
ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «РЕНОВАЦИЯ»

Источники понятия	Определения
Большой толковый словарь	«Реновация – процесс обновления, замещения, выбывающих в результате физического и морального износа элементов основных производственных фондов новыми».
Большая советская энциклопедия (1978 г.)	«Реновация – экономический процесс замещения выбывающих, в результате морального и физического износа, производственных основных фондов новыми объектами [5]. При реновации необходимым условием является обеспечение непрерывности общественного производства. Реновация осуществляется путем замены отдельных выбывающих средств труда; посредством реконструкции предприятий или их подразделений, в ходе которой заменяется и часть изношенных основных фондов: путем строительства новых предприятий взамен ликвидируемых старых» [5].
Проект Федерального закона N 550294-7 "О реновации жилищного фонда в Российской Федерации" (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 19.09.2018) Ст.1	«Под реновацией жилищного фонда понимается реконструкция или снос не подлежащих капитальному ремонту объектов жилищного фонда и жилищное строительство на высвобождаемой территории с обеспечением территории реновации объектами коммунальной, транспортной, социальной инфраструктуры, а также проведением мероприятий по благоустройству жилых территорий» [1].
Асаул А. Н.	«Реновация – инновационный процесс в сфере основного капитала, при котором изменяется функциональное назначение объектов реконструкции» [4].
Хохлов О. Б.	«Реновация жилищного фонда – циклический процесс, включающий в общем случае последовательность преобразований жилья – методов реновации: новое строительство, капремонт, модернизацию, реставрацию, реконструкцию, снос жилых зданий и возведение новых объектов» [6].
Гурьев С. Н., Овчарова Е. В.	«Реновация предполагает адаптивное использование территорий, зданий, сооружений и комплексов при изменении их функционального назначения и дальнейшего использования № [7].
Градостроительный кодекс ст.1	«Реконструкция объектов капитального строительства (за исключением линейных объектов) – изменение параметров объекта капитального строительства, его частей (высоты, количества этажей,

	площади, объема), в том числе надстройка, перестройка, расширение объекта капитального строительства, а также замена и (или) восстановление несущих строительных конструкций объекта капитального строительства, за исключением замены отдельных элементов таких конструкций на аналогичные или иные улучшающие показатели таких конструкций элементы и (или) восстановления указанных элементов».
--	--

Из всего выше рассмотренного остановимся на том, что реновация предусматривает адаптивное дальнейшее использование территорий с расположенными на них зданиями, сооружениями и комплексами при изменении их функционального назначения.

Условно реновацию можно поделить на следующие виды:

- реновация в жилищной сфере;
- реновация промышленных зон.

В нормативно-правовой базе отсутствует точное определение «промышленных зон». При рассмотрении особых экономических зон встречается словосочетание «особая экономическая зона промышленно-производственного типа». Что подразумевает развитие на предполагаемой территории объектов промышленно-производственного назначения.

В нормативных источниках по городу Москве описаны понятия «производственные зоны» и «промышленные зоны».

«Производственные зоны – границы зон преимущественного размещения производственных объектов, а также объектов инженерной и транспортной инфраструктур, обеспечивающих их функционирование» [2].

«Промышленные зоны – часть территории города Москвы в пределах установленных границ, сформированная в соответствии с нормативными правовыми актами города Москвы о порядке формирования границ промышленных зон, правилами землепользования и застройки города Москвы». [2] На сегодня в границах производственных зон расположено 70 % промышленных предприятий Москвы, занимающихся 170 видами производств; потребляется значительная часть энергетических и сырьевых ресурсов, поступающих в город; заняты тысячи трудящихся; сосредоточены транспортные потоки».

«Промышленная зона – территория внутри или на окраине крупного города со значительной концентрацией промышленных предприятий, общей инфраструктурой и другими внутренними связями». (Словарь-справочник по экономике).

Производственные зоны предназначены для размещения промышленных, коммунальных и складских объектов, обеспечивающих их функционирование, объектов инженерной и транспортной инфраструктур, а также для установления санитарно-защитных зон таких объектов в соответствии с требованиями технических регламентов [3].

По мнению М.А. Дубровиной и ряда других авторов основными методами реновации бывших промышленных территорий являются их преобразование в общественно-деловую и торговую зону, в жилую застройку и в зону зеленых насаждений. Подробное описание каждого из методов приведено в таблице 2.

ТАБЛИЦА 2
ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Методы	Суть метода
Преобразование в общественно-деловую торговую зону.	Полная или частичная реорганизация неэффективных территорий и расположенных на ней объектов. Вариантом организации общественного пространства в здании бывшего цеха будет создание музей или концертного зала с благоустройством прилегающей территории Удобное расположение около магистралей общегородского значения, расположение вблизи остановок общественного транспорта, возможность привлечения большого количества людей создают привлекательность для инвесторов и девелоперов. [8].
Преобразование в жилую застройку.	Возможность реновации бывшей промышленной зоны под жилую застройку рассматривается, когда территория отвечает санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к жилым зонам, а бывшее производство не относилось к высокой степени опасности. Этот вид реновации самый популярный, т.к. обычно такие территории имеют очень выгодное расположение, как правило, в центре города, и весьма перспективны для покупки жилья [7].

Преобразование в зону зеленых насаждений.	«В крупнейших городах рекреационная нагрузка постоянно увеличивается, в результате разрастания городов природные территории дробятся и подвергаются все большему антропогенному воздействию, что неизбежно приводит к их деградации. Поэтому рекреационное использование бывших производственных зон служит хорошим потенциалом, направленным на оздоровление городской среды. Этот аспект имеет и экономическое значение, так как реновация территорий промышленных предприятий, представленных техногенными грунтами с высоким классом опасности, требует существенных затрат на санацию для того, чтобы эта территория отвечала санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к жилым территориям» [10, 11].
---	--

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Примером реновации промышленных объектов является Музей воды в Санкт-Петербурге. Это был первый опыт реновации промышленных зданий в Санкт-Петербурге по реконструкции заброшенной водонапорной башни. На бывшей территории предприятия «Водоканал» появился современный музей. Осуществление этого проекта – эксперимент микс-стилей XIX и XXI века.

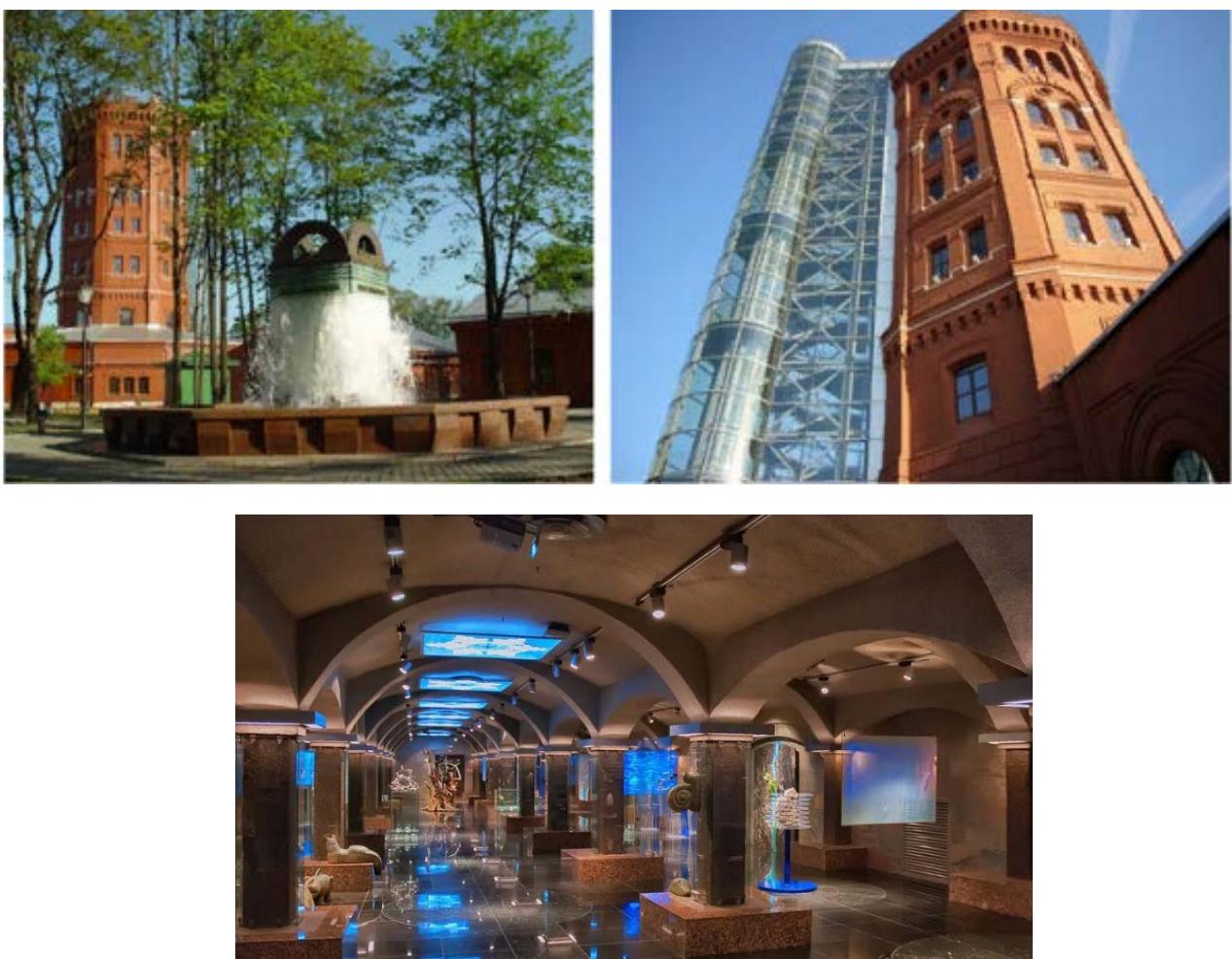


Рис. 1. Музей воды

Трудная задача состояла перед строителями, надо было сохранить красивые залы с арочными перекрытиями и в то же время приспособить внутреннее пространство башни к новым функциям музея. Вместе со зданием башни была удачно преобразована и территория вокруг музея: разбит прекрасный сквер, украшением которого стали скульптуры, заструился, зажурчал фонтан.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Существуют различные варианты преобразования промышленных территорий, в зависимости от множества факторов.

С функциональной точки зрения Гурьев С. Н. совместно с другими специалистами предложили ряд направлений преобразования промышленных зон: «1 – с сохранением промышленной функции; 2 – частичная рефункционализация; 3 – полная рефункционализация (смена функционального назначения территории)» [7].

Пример Санкт-Петербурга демонстрирует нам обязательное принятие местного закона о развитии промышленных зон, который регулировал бы процесс комплексной реновации этих территорий. При этом, как правило, часть промышленных зон полностью преобразовывается, меняя свою функцию, а на других территориях сохраняется производство.

Промышленные территории, расположенные в центре города, целесообразнее приспосабливать под размещение коммерческих объектов общественно-деловой и торговой направленности или под жилую застройку (при этом обязательно необходимо развивать социальную инфраструктуру) или под рекреационное использование. Территории предприятий, которые удалены от центра города, целесообразнее использовать под строительство высокотехнологичных и экологически чистых производств, а также под развитие городской инфраструктуры. Это создаст новые рабочие места для жителей близлежащих территорий и снимет транспортную нагрузку внутри города.

Определение направления нового использования территорий бывших производственных зон требует:

- комплексного градостроительного обоснования;
- приоритетное значение при этом должно уделяться экологическому аспекту, направленные на сохранение и поддержание экологического каркаса города;
- требуется взаимодействия собственников территорий, органов городской администрации, федеральных служб, инвесторов, строителей, финансовых структур;
- в результате реновации улучшаются потребительские и экономические, социально-экологические характеристики объектов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Определение «реновации» описано в Большом толковом словаре и Большой советской энциклопедии. В нормативной базе нет точного определения «реновации», а в Градостроительном кодексе дается близкое понятие «развитие застроенных территорий». В научной литературе также мало точных определений в результате их обобщения можно сказать, что реновация предполагает адаптивное использование территорий, зданий, сооружений и комплексов при изменении их функционального назначения и дальнейшего использования.

По объекту направленности выявляют два основных вида реновации: реновация промышленных зон и реновация жилищного фонда.

Выявлены два основных варианта развития промышленных зон: снос существующих объектов и строительство новых комплексов, а также приспособление промышленных объектов под выставочные центры или лофт-жилье.

Основными методами реновации промышленных территорий являются их преобразование в общественно-деловую и торговую зону, в жилую застройку и в зону рекреационного использования.

Список литературы

1. О реновации жилищного фонда в Российской Федерации: проект Федерального закона № 550294-7 (19.09.2018). Доступ из справочно-правовой системы Гарант.
2. О формировании и развитии промышленных зон города Москвы на примере производственной зоны № 55 "Перово" (Восточный административный округ): постановление Правительства Москвы от 29.04.2008 № 351-пп. Доступ из справочно-правовой системы Гарант.
3. О Временных правилах землепользования и застройки г. Твери: решение Тверской городской Думы от 2 июля 2003 г. № 71. Доступ из справочно-правовой системы Гарант.
4. Асаул А. Н., Казаков Ю. Н., Ипанов В. И. Реконструкция и реставрация объектов недвижимости: учеб. / под ред. А. Н. Асаула. СПб.: Гуманистика, 2005. 288с.
5. Реновация // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1969–1978.
6. Хохлов О. Б. Оценка эффективности проектов и программ реновации жилищного фонда. М.: Фонд «Институт экономики города», 2006. 140 с.

7. Гурьев С. Н., Овчарова Е. В. Системные проблемы реновации промышленных территорий в г. Воронеж // Архитектурные исследования. 2017. № 4 (12). С. 89–98.
8. Дубровина М. В. Основные методы реновации производственных территорий. Обоснование направления градостроительного использования территорий бывших производственных зон // Научный журнал. 2017. № 5 (18). С. 112–113.
9. Щербина Е. В., Данилина Н. В. Градостроительные аспекты проектирования устойчивой городской среды // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 11. С. 183–186.
10. Щербина Е. В., Аверин И. В., Васильчик Е. И. Особенности размещения объектов недвижимости на площадях занятых техногенными грунтами после сноса старых зданий // Вестник МГСУ. 2011. № 1-2. С. 136–140.
11. Шепелев Н. П., Шумилов Н. С. Реконструкция городской застройки: учеб. для строит. спец. вузов. М.: Высш. шк., 2000. 271 с.

УДК 332.145

ОПЫТ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН НА ПРИМЕРЕ Г. МОСКВЫ

А. А. Глухих, Е. В. Храпова
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – в статье рассматривается опыт реновации промзон города Москвы. Представлен список всех промзон столицы, а также список территорий, где процесс реновации уже начался. Анализируются результаты проведенных мероприятий, а также выявляются проблемы, возникающие на пути реновации. Проанализированы реновационные мероприятия, осуществляемые в г. Москве, оценены результаты данных проектов, рассмотрены возможности адаптации к условиям городской среды г. Омска, а так же выделены проблемы реновации промышленных зон города Омска и Москвы.

Ключевые слова – реновация, промзоны, жилищная проблема, промышленные территории.

I. ВВЕДЕНИЕ

Реновация промышленных территорий является актуальным вопросом для многих больших городов РФ. Целесообразность и рентабельность реновации территории объясняются эстетическими, экономическими, историческими и экологическими аспектами.

Целью исследования является изучение опыта реновации промзон на примере г. Москвы.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1. Проанализировать реновационные мероприятия, осуществляемые в г. Москве.
2. Оценить результаты данных проектов, выделить проблемы.
3. Рассмотреть возможности адаптации к условиям городской среды г. Омска.

III. ТЕОРИЯ

Согласно Градостроительному кодексу, понятие реновации расшифровывается как развитие застроенных территорий [6]. Термин подразумевает адаптивное использование территорий, зданий, сооружений и комплексов при изменении их функционального назначения и последующего использования.

Промышленная зона представляет собой территорию внутри или на окраине города со значительной концентрацией промышленных предприятий, общей инфраструктурой и другими внутренними связями.

Реновация промышленных территорий является актуальным вопросом для многих больших городов РФ. Целесообразность и рентабельность реновации территории объясняются эстетическими, экономическими, историческими и экологическими аспектами [1].

Во времена СССР строительство предприятий промышленности велось преимущественно на окраинах города в специализированных промзонах, но постепенное развитие привело к заполнению таких районов жилой застройкой [1]. В черте города оказалось большое количество промышленных территорий, которые полностью прекратили свою деятельность, либо находятся в аварийном состоянии. За этим последовало появление простаивающих, запущенных и нефункционирующих территорий [2].

Аварийное состояние – это категория технического состояния строительной конструкции или здания и сооружения в целом, включая состояние грунтов основания, характеризующаяся повреждениями деформациями, свидетельствующими об исчерпании несущей способности и опасности обрушениями (или) характеризующаяся кренами, которые могут вызвать потерю устойчивости объекта.

Обоснование реновации следующее:

1. Реновация, в отличие от реконструкции, — это наиболее щадящая форма преобразования промышленных объектов с изменением их функционального назначения.
2. Реновация экономичнее нового строительства. Она позволяет использовать до 90% уже существующих зданий.
3. Большинство бывших промышленных площадок уже имеют подведенные коммуникации. Это делает такие территории привлекательными для инвесторов.
4. Преобразование бывших промзон позволяет создать рабочие места, что обеспечивает дополнительные поступления НДФЛ в местный бюджет. За преобразованием промзоны в жилую застройку последуют поступления по налогу на имущество физических лиц. Передача промышленных площадок в собственность

лицам, у которых есть конкретные планы развития этих территорий, оправданна с точки зрения налоговых поступлений в бюджет по земельному налогу.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим опыт реновации промзон на примере города Москвы. Реновация столицы стала одним из следствий безумного спроса на московское жильё и сопутствующую инфраструктуру [3]. Согласно проведенному анализу Метриум Групп, территории промышленного назначения занимают 18,8 га, т.е. 18% столицы [4].

Список промышленных зон Москвы:

1. Промзона «Соколиная гора»
2. Технополис «Москва»
3. Нагатинский затон
4. Промзона ЗИЛ
5. Промзона «Осташковское шоссе»
6. Промзона «Очаково»
7. Промзона «Грайвороново»
8. Промзона «Руднево»
9. Промзона «Медведково»
10. Промзона «Дегунино-Лихоборы»
11. Промзона «Курьяново»
12. Промзона «Братцево»
13. Промзона «Октябрьское поле»
14. Промзона «Красный строитель»
15. Промзона «Калошино»
16. Промзона «Востряково»
17. Промзона «Бескудниково»
18. Промзона «Варшавское шоссе»
19. Промзона «Коровино»
20. Промзона «Алексеевские улицы»
21. Промзона «Серп и Молот»
22. Промзона «Кирпичные улицы»
23. Промзона «Свиблово»
24. Промзона «Люблино» и т.д.

В 2011-2016 годах утвержден 61 проект планировки территории (ППТ) общей площадью около 3,4 тыс. га со строительным потенциалом более 31 млн кв. м. Из утвержденных проектов 17 уже реализуются, еще 40 находятся в разработке [5].

Из наиболее значимых территорий промышленных зон, которые находятся в активной степени реализации, можно выделить: завод им. Лихачева («ЗИЛ»), территории бывшего Тушинского аэродрома, ОАО «Московский металлургический завод «Серп и Молот», ОАО «ДСК № 3» (Боровское шоссе, вл. 2), ОАО «НПО «Взлет» (ул. Производственная, вл. 6), территория бывшего Московского зеркального комбината (в Лазоревом проезде, в районе станции метро «Ботанический сад»), ОАО «Мосстройснаб» (ул. Донецкая, вл. 30). Рассмотрим их подробнее.

Реорганизация промзоны «ЗИЛ» даст городу 45 тысяч рабочих мест и квартиры для 30 тысяч москвичей. Территорию разделили на девять частей. Предусмотрено строительство жилых микрорайонов, деловых центров, парков, спортивных кластеров, производство автомобилей. В результате на месте заброшенной промзоны получится «город в городе» с доступной транспортной инфраструктурой, рабочими местами и социальными объектами. Застройка поделена на две территории: северную и южную части ЗИЛа. Результатами на данный момент являются законченные работы по созданию улично-дорожной сети. Также в 2018 году произошло открытие уникального парка «Тюфелева роща». В ближайшее время появится еще один парк с «секретными садами».

Площадь промзоны «Серп и Молот» составляет 58 га. Участок ограничен с запада улицей Золоторожский Вал, с юга – шоссе Энтузиастов, с востока – проездом Завода Серп и Молот. Из мероприятий стоит выделить озеленение и благоустройство 30% всей территории промзоны. Район рассчитан на 19 тыс. жителей и на 26,5 тыс. работающих. Помимо жилья предусмотрено строительство школ, детских садов, поликлиник, паркингов, офисов и других коммерческих объектов. Важным является открытие медиацентра (172 тыс. кв. м) и Дома культуры и музыки, который откроется на базе бывшего производственного здания, которое ждет реконструкция. В марте 2016 года строители приступили к возведению первого жилого комплекса «Свобода» на территории бывшего завода. Он включает пять жилых домов высотой от 5 до 27 этажей. Планируется, что реновация всей промзоны займет несколько лет и может быть завершена в 2021 году [5].

На территории бывшего Тушинского аэродрома до конца 2019 года планируется строительство трех корпусов нового жилого комплекса. Общая площадь всех построек составит около 300 тысяч квадратных метров. В настоящее время ведется строительство и второго корпуса жилого комплекса со встроенно-пристроенными нежилыми помещениями и подземной автостоянкой общей площадью 133,1 тысячи квадратных метров. Третий и четвертый корпуса этого комплекса общей площадью 153,1 тысячи квадратных метров планируется сдать в 2019 году. Из уже реализованных мероприятий стоит выделить открытые в 2017 году футбольной тренировочной базы с шестью футбольными полями. Кроме того, был сдан в эксплуатацию первый корпус жилого микрорайона общей площадью 97,2 тысячи квадратных метров [5].

В рамках проекта предполагается строительство почти 768 тысяч квадратных метров недвижимости, из которых 336,8 тысяч квадратов относится к жилой, а более 430 тысяч квадратов – к коммерческой. Реализация проекта будет осуществлена в несколько этапов, в рамках первого этапа планируется построить жилье, общая площадь которого составит 104 тысячи квадратов, детсад и школу, рассчитанные на 190 и 875 мест соответственно.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Объем работ очень большой, полностью перестроенных промзон пока нет. Строительство рассчитано на десятки лет. Однако уже есть некоторые результаты, свидетельствующие об эффективности данных мероприятий: новые рабочие места, новые транспортные сети, жилые помещения и коммерческая недвижимость.

Исходя из опыта столицы, можно сформулировать следующие особенности реновации, которые необходимо учитывать для городской среды г. Омска.

- Длительные сроки реализации реновационных проектов;
- Многосторонний характер сделок, вследствие чего возникают трудности в нахождении единого решения.
- Целесообразность использования комплексной застройки вместо одиночной. Она подразумевает обеспечение рационального размещения разных функциональных зон, взаимного согласования государственных, общественных и частных интересов.

В большей степени в реновации промзон нуждаются регионы России. Омск — яркий пример российского города с большим количеством таких территорий. В Генеральном плане Омска выделено восемь производственных зон в границах города. Эти территории расположены в семи промышленных зонах. Общая площадь промзон в Омске составляет более 12 000 га, или почти 20 % территории города.

В Омске большая часть земель промзон находится на территории крупных промышленных предприятий военно-промышленного комплекса. Их контролируют компании с головными офисами в Москве. Омские предприятия ограничены в праве распоряжаться пустующими площадями. Им необходимо согласование с вышестоящим руководством, а оно не всегда одобряет планы развития территорий.

Наличие у территорий промзон нескольких собственников, планы которых разнятся, — серьезная проблема. Возникает конфликт интересов, нуждающийся в решении.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, вместо заброшенных и практически не функционирующих промышленных территорий начинается активная застройка как коммерческими, так и бюджетными организациями. Сама по себе реновация является сложным процессом, однако на опыте Москвы уже можно сделать некоторые выводы, которые нужно учитывать при проведении реновации в других регионах страны, в т. ч. в г. Омске. На пути к проведению реновационных мероприятий стоит множество трудностей, в первую очередь, это – отсутствие финансирования. Реновация в Омске несет в себе совсем другой характер. В Москве не составляет сложности снести старое и построить новое, в то время, как в Омске, нет средств даже уйти от аварийной ситуации. Поэтому самой главной задачей органов местного самоуправления на данном этапе является заинтересовать все стороны – жителей города, инвесторов и органы власти в создании благоприятных условий для жизни и вернуть Омску статус Зеленого города.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дрожжин Р. А. Реновация промышленных территорий // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. 2016. № 11. С. 84–86.
2. Старкова Н. В. Эффективные методы комплексного подхода к реновации промышленных территорий // Новые идеи нового века. 2017. № 2. С. 230–234.
3. Андреев М. Реновация промышленных территорий и объектов. URL: http://arch-grafika.ru/publ/bez_kategorij/bez_kategorij.
4. Аналитика и обзоры рынка. URL: <http://www.metrium.ru/>.

5. Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы . URL: <https://stroi.mos.ru/>.
6. Градостроительный кодекс РФ от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 03.08.2018) . URL: <http://www.consultant.ru/>.
7. Официальный портал Администрации г. Омска . URL: <http://admomsk.ru/web/guest/progress/budget/open/omsk/income>.

УДК 004.9

**РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОЗДАНИЮ САЙТА
«КОМПЛЕКС ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ И СТРОИТЕЛЬСТВА Г. ОМСКА»**

Т. В. Галюкшова, А.П. Бондарь
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – в статье рассмотрен опыт города Москвы по созданию информационного ресурса, посвященного вопросам реновации промышленных зон, выявлены характерные особенности и проанализирована инфраструктура информационно-аналитической поддержки процесса реновации промышленных зон города Москвы при помощи данного портала, рассмотрена возможность использования опыта создания площадки, посвященной вопросам реновации в городе Омске и дано обоснование и рекомендации по созданию сайта о проблемам реновации промзон и жилых квартир в городе Омске по опыту города Москвы.

Ключевые слова – реновация промзон, creation of a site for renovation, промзоны, suggestion of recommendation for renovation.

I. ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на плотную застройку, в Москве, по-прежнему, сохранились огромные территории, которые практически не используются. Так называемые промышленные зоны занимают тысячи гектаров. Большинство из них прекратили производство много лет назад и превратились в хаотичные склады и свалки. В целях наиболее рационального использования таких территорий в Москве создан сайт, на котором концентрируется и публикуется информация о наличии неосвоенных и неиспользуемых промзон, предлагаются программы реновации, объявляется поиск инвесторов. Актуально применить опыт Москвы в этом вопросе и в Омске, т.к. в нашем городе также имеется много промзон, по которым нет конкретных программ по их освоению и использованию. Создание сайта позволит собрать всю информацию по не эксплуатирующимся промзонам, упорядочить её с целью использования потенциальными инвесторами, подготовить программы по реновации.

Актуальность темы состоит в том, что на территории г. Омска находится много промзон, но полной и доступной информации по ним, как и по реновации квартир, в одном источнике информации не предоставлено.

Цель работы: изучение передового опыта крупнейших мегаполисов РФ по реновации промышленных зон и разработка рекомендаций, по применению данного опыта в городе Омске.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Для создания сайта необходимо:

1. Изучить успешный опыт реновации промышленных зон г. Москва;
2. Проанализировать инфраструктуру информационно-аналитической поддержки процесса реновации промышленных зон г. Москвы;
3. Адаптировать накопленный опыт информационно-аналитической поддержки реновации промышленных зон к условиям г. Омска.

III. ТЕОРИЯ

Реновация промзон – это комплекс мероприятий, реализация которых направлена на эффективную эксплуатацию промышленных территорий, реализацию интересов горожан и, в целом, на развитие экономики региона.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Жизнь города и людей в нем связаны между собой. Будущее Омска – это будущее всех, кто предан городу и хочет жить в нем. Современная городская среда должна обеспечить достойное настоящее и будущее омичей.

В городе Омске, несмотря на плотную застройку, простирает 10% от общей площади предприятий, что составляет 12 тысяч гектаров. В Москве насчитывается 17% территорий промзон, которые занимают порядка 18,8 тысяч гектаров. Всего в Омске насчитывается 7 промзон, в которых требуется реновация. Для

наиболее информативного восприятия градостроительной политики г. Москвы был создан сайт, на котором размещаются градостроительные новости, градостроительные программы, а также предложения по реновации промзон. В Омске информационного источника по промзонам не существует. Назрела необходимость создания аналогичного сайта [1].

Москва – крупный мегаполис именно она может выступать стартовой площадкой для разработки и апробации различных нововведений в сфере управления недвижимостью. Соответственно Москва, несмотря на все её передовые технологии в сфере недвижимости, хранит в себе наследие советского прошлого градостроительных ориентиров советского периода и поэтому промышленные зоны в центре Москвы стали большой проблемой для развития этого города.

Процесс реновации промышленных зон в городе Москва начался ещё в 90-х годах. Только в 2002 году столичные власти приняли документ, согласно которому территории бывших промзон должны были разыгрываться в конкурсном порядке. В 2010 году был утвержден "Генеральный план развития Москвы до 2025 года". Процесс сопровождался определёнными сложностями:

- 1) Промышленные зоны распределены неравнозначно: есть как красивые фабрики, так и огромные мрачные, полуразрушенные заводские пространства;
- 2) Существуют вопросы связанные с экологичностью зданий;
- 3) Существуют транспортные вопросы.
- 4) Существует сложность с согласованием планов развития территорий промзон с их собственниками.

Важным моментом в организации процесса реновации является систематизированная информационно-аналитическая поддержка, которая в настоящий момент может быть реализована посредством интернет ресурса. Главным инструментом информационной поддержки в Москве стал сайт «Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы».

Передовой опыт предполагается адаптировать возможностям и потребностям г. Омска. Созданный сайт позволит систематизировать отдельные наработки, имеющиеся в этой области в городе Омске. За поддержкой сайта могут следить такие организации как: Департамент городской экономической политики и департамент имущественных отношений администрации города Омска. Стоимость создания сайта обойдётся в 30 000 рублей, обслуживание сайта будет обходиться в 2490 руб.

На главной странице сайта будут публиковаться новости, информация для инвесторов, размещаться информация по стартовым площадкам реновации промышленных зон. (рис. 1).

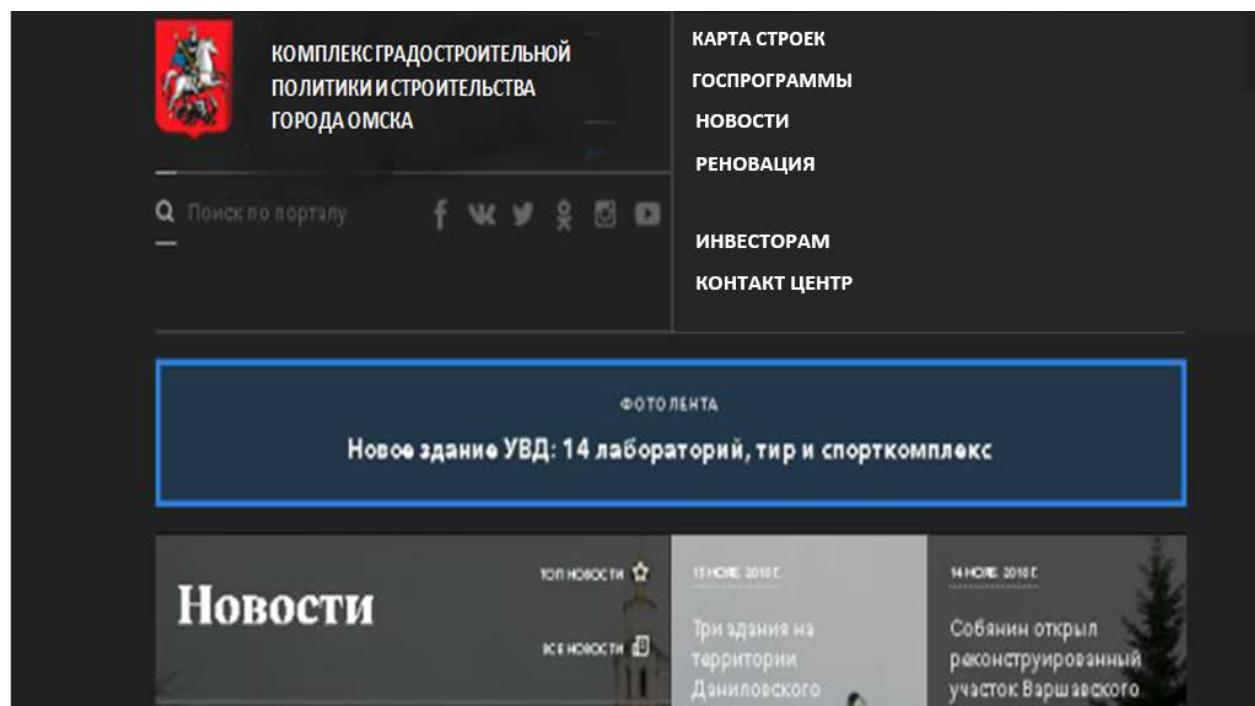


Рис. 1. Главная страница сайта по реновации

Основным элементом будет являться вкладка «Промышленные зоны г. Омска», она будет отражать карту города Омска с составляющими промзонами их состав, площадь и месторасположение (рис. 2).

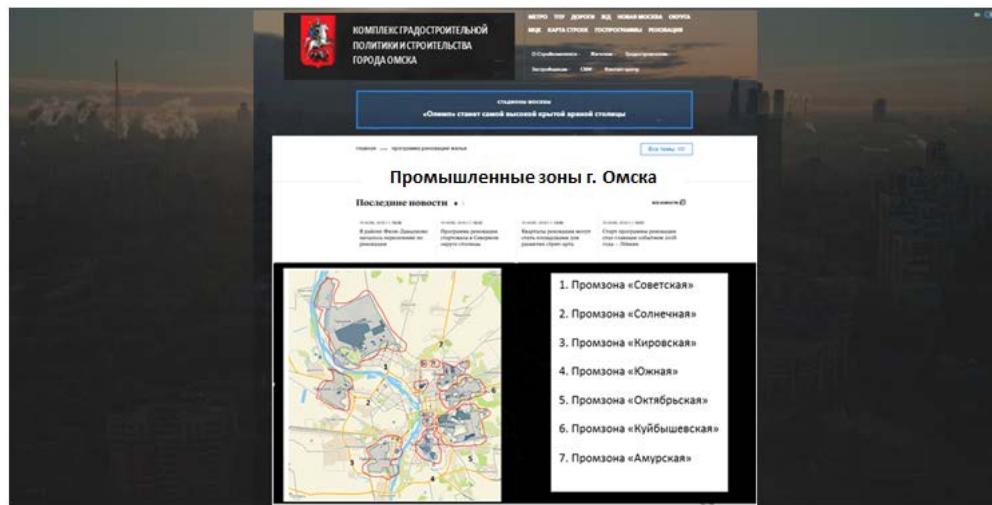


Рис. 2. Вкладка «Промышленные зоны г. Омска»

Если перейти на какую-нибудь промышленную зону откроется вкладка «Реновации города Омска». На этом этапе следует указать, какие промзоны будут реконструированы, изложить мероприятия по порядку, содержанию и возможным размерам вложений в реконструкцию.

При действенности сайта и наличии заинтересованных лиц ожидается, что вместо заброшенных и практически не функционирующих промышленных территорий смогут возникнуть новые точки развития инфраструктуры Омска и создание комфортной городской среды.

Основным компонентом сайта реновации промышленных зон будет элемент карты реновации жилья по аналогии с Москвой. Здесь предполагается размещение информации о реновации жилья. На карте сайта будут размещаться дома, предназначенные под снос, объявляться стартовые площадки и условия по программе реновации жилья города Омска (рис. 3).

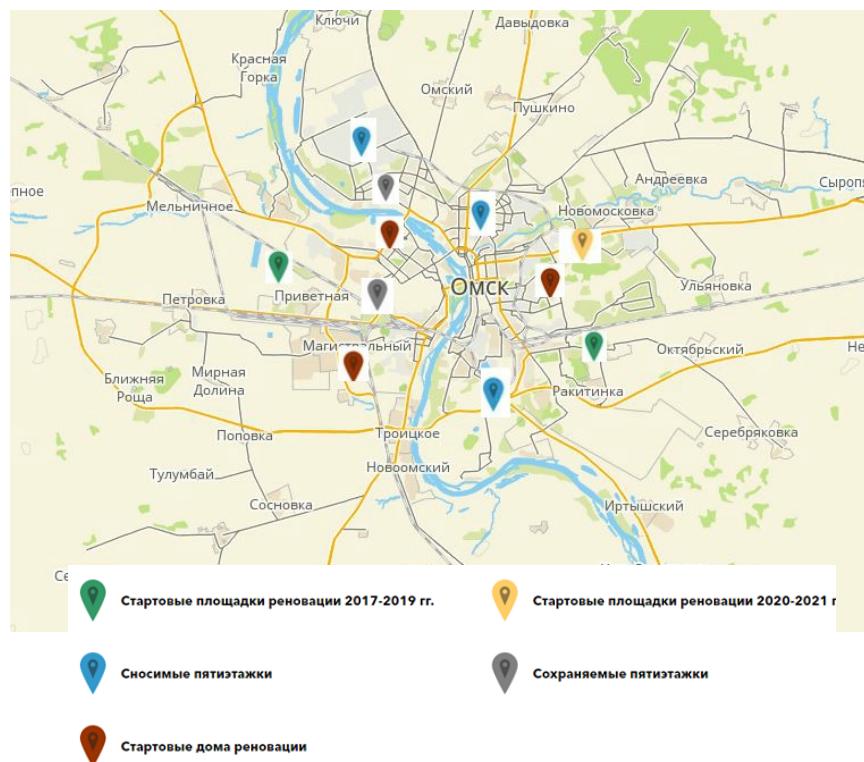


Рис. 3. Вкладка «Карта реновации г. Омска»

В Омске более 150 стартовых площадок, на рисунке 4 приведены лишь некоторые из них, для наглядности. В перечень стартовых площадок реновации будут входить промышленные зоны, где планируется осуществлять реновацию.

СПИСОК СТАРТОВЫХ ПЛОЩАДОК РЕНОВАЦИИ



N п/п	Адреса или адресный ориентир
Центральный административный округ г. Омска	
1.	Ул. Челюскинцев-2 д.21/1
2.	Ул. Северная 27 д. 121
3.	Ул. Северная 36 д 3/1
Октябрьский административный округ г. Омска	
1.	Ул. Шинная-6, 59 к.2
2.	Ул. Индустриальная 1 А, 1 к7
3.	Ул. Железнодорожная-1, 3 к2
4.	Ул. Барабинская 28
5.	Ул. 5-Кордная 81/1

Рис. 4. Список стартовых площадок по программе реновации г. Омска

Главным этапом разработки сайта является вкладка «Проекты реновации промышленных зон г. Омска».

На данной странице рекомендуется отразить:

- Информацию о промышленной зоне, представить её графически;
- Описать промышленную зону;
- Предоставить сведения в виде таблицы имущественных комплексов находящихся на этой территории и сам проект промзоны в виде двух графической информации (рис 5).
-

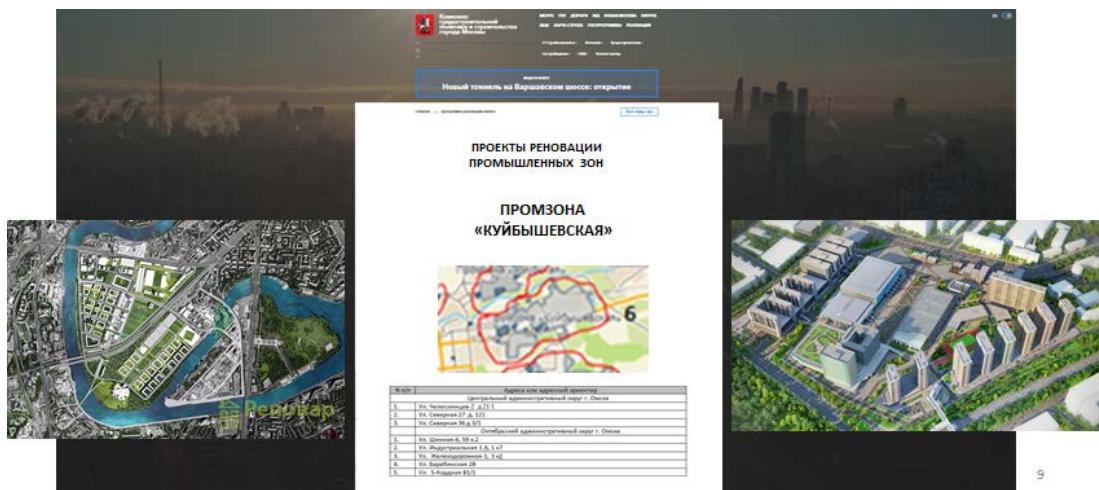


Рис. 5. Вкладка «Проекты реновации промышленных зон»

Также важной вкладкой является «Информация для инвесторов», для компаний которые хотят прийти и заняться этой промзоной. Также сайт реновации г. Омска представляется как комплексный информационный ресурс, он будет перекликаться с другими сайтами например: с Администрацией города Омска. Новости будут наполняться с сайта администрации, они будут автоматически перенаправляться на сайт «Комплекс градостроительной политики и строительства г. Омска», что не требует отдельных затрат.

На сайте будет размещена информация о инвестиционных площадках (то есть наименование площадки и её описание с данными о площади).

Далее будет представлен перечень организаций содействующих инвестиционной деятельности (рис 6).

Организации, содействующие инвестиционной деятельности

НО «Омская торгово-промышленная палата»

Адрес: 644007, Омск, ул. Герцена, 51/53
Тел.: (381-2) 25-43-50
Факс: (381-2) 23-45-80
Сайт: omsktpp.ru, электронная почта: omtpp@omsknet.ru

НО «Омский региональный фонд поддержки и развития малого предпринимательства»

Адрес: 644007, Омск, ул. Булатова, 100
Тел.: (381-2) 33-12-69
Факс: (381-2) 33-12-65
Сайт: fond-omsk.ru, электронная почта: f_com@fond-omsk.ru

РОО Омской области «Ассоциация развития малого и среднего предпринимательства»

Адрес: 644043, Омск, ул. Красногвардейская, 49
Тел.: (381-2) 50-42-42
Факс: (381-2) 94-86-90
Сайт: arp-omsk.ru, электронная почта: arp@arp-omsk.ru

РОО «Омский областной союз предпринимателей»

Адрес: 644010, Омск, Ленинградская площадь, 6
Тел.: (381-2) 37-06-53
Факс: (381-2) 37-06-60
Сайт: oosp.ru, электронная почта: info@oosp.ru

Казенное учреждение города Омска «Центр поддержки предпринимательства»

Адрес: 644070, Омск, ул. Степная, 73
Тел.: (381-2) 72-97-23, 72-97-24
Факс: (381-2) 72-97-23
Сайт: omskcпп.ru, электронная почта: omskcпп@yandex.ru

АО «Агентство развития и инвестиций Омской области»

Адрес: 644074, Омск, ул. 70 лет Октября, 25/2
Тел.: (381-2) 40-80-17

Рис. 6. Организации, содействующие инвестиционной деятельности.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стоит отметить, что реновация является важным процессом в благоустройстве промышленных и жилых территорий города. Реорганизация промзон позволит создать инновационно-развитое современное производство. Создание сайта позволит инвесторам, в доступном режиме получать актуальную качественную информацию по программам реновации, и инвестировать средства в проекты. Также передовой опыт г. Москвы показывает, что наличие информационных ресурсов способствует реновации

В результате исследований был сделан вывод о том, что реновация промзон в г. Омске необходима. Этот процесс послужит созданию инновационно-развитого производства. Создание сайта поможет инвесторам быстро получать необходимую информацию, а разработчикам выдвигать свои программы по реновации промышленных зон.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ, БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит за помощь в написании работы ст. препод, кафедры Тарута Светлану Викторовну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреев И. В., Чусовитина Ю. А. Роль реновации промзон в формировании устойчивого городского пространства // Интеграция, партнерство и инновации в строительной науке и образовании. 2017. № 7. С. 129–133.
2. Золотых М. А. Реновация промышленных зон в современных условиях города // Studarctic forum 2017. № 6. С. 33–46.
3. Котилко В. В. Москва: Реорганизация производственных зон // Региональная экономика: теория и практика. 2017. № 5. С. 63–68.
4. Комплекс градостроительной политики и строительства города Москвы . URL: <https://stroi.mos.ru/renovaciya-promzon> (дата обращения: 31.10.2018).

УДК 332.145

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ОПЫТА РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН В РАМКАХ ТЕРРИТОРИИ СУБЪЕКТА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ Г. НОВОСИБИРСК)

Н. М. Калинина, О. В. Самохвалова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В работе представлен анализ современного опыта реновации – перепрофилирования промышленных объектов и изменение их функционально-целевого назначения с учетом потребностей развития инфраструктуры мегаполиса. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью перепрофилирования градостроительного планирования в части изменения назначения промышленных зон, находящихся в центральных округах субъекта местного самоуправления и представляющих в этой связи экономический интерес как для развития самого города, так и для потенциальных инвесторов. В статье рассмотрены проектные предложения и действующие проекты многочисленных сибирских компаний-застройщиков, требующих подготовки юридического сопровождения данного процесса, сноса старых построек, переноса инженерных систем, рекультивации земель. Обозначены основные проблемы, возникающие в процессе реновации промышленных зон.

Ключевые слова – реновация, промышленная зона, архитектура, генеральных план, адаптация промышленных зон.

I. ВВЕДЕНИЕ

Социально-экономическое развитие современной России характеризуется реализацией различного типа и вида реновационных проектов. Осуществление проектов реновации промышленных зон играет важную роль не только для эффективного использования заброшенных промышленных объектов и территорий, но и для успешного развития социальной, культурной, бытовой, коммуникационной городской среды в целом.

История Новосибирска – это история промышленных предприятий – заводов и фабрик, вокруг которых формировались жилые зоны. С течением времени многие из них оказались в центре жилых массивов и стали препятствием развития города, особенно полузаброшенные и неэффективные. Сейчас в Новосибирске идет активный процесс реновации промышленных зон. Реновация (от лат. renovatio – обновление, возобновление, ремонт) – процесс улучшения, реконструкция, реставрация без разрушения целостности структуры. На месте промышленных зон строятся жилые дома и объекты социальной инфраструктуры, а также рекреационные объекты.

С начала 90-х годов прошлого века многие новосибирские заводы, фабрики и прочие предприятия становятся убыточными. Площадки сдаются в аренду, хотя стоимость земли, на которых они расположены, составляет десятки миллионов рублей. Если территории грамотно освоить, они могут превратиться в надежный источник доходов городского бюджета. И в этом плане есть заметное развитие [3].

Реализацию проектов реновации промышленных зон можно рассматривать как составную часть редевелопмента. Редевелопмент – это процесс вторичного, комплексного развития территории, заключающийся в преобразовании имеющихся на территории объектов недвижимости в совершенно новые (часто с изменением их функционального назначения).

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью редевелопмента является привлечение инвестиций для преодоления тенденции упадка, создание рабочих мест, оживление бизнеса, восстановление и развитие жилищно-коммунального и производственного секторов, развитие эффективной системы социального обеспечения населения и сервисных услуг.

Целью данной статьи является исследование проблемы реновации промышленных зон в крупнейшем городе Сибири – Новосибирске.

Исходя из цели, поставлены следующие задачи:

1. Проанализировать реновационные проекты, осуществляемые в г. Новосибирске;
2. Оценить результаты данных проектов, выделить проблемы.

III. ТЕОРИЯ

Реновация (лат. *renovatio* — обновление, возобновление, ремонт) – процесс улучшения, реконструкция, реставрация без разрушения целостности структуры. Предметная область проектов реновации промышленных зон характеризуется приводимыми ниже результатами реализации проектов [2]:

а) реконструкция планировочной структуры, основным принципом которой является вычленение и сохранение наиболее устойчивых планировочных характеристик;

б) превращение объекта в музей (музеефикация, индустриальные музеи-заповедники);

в) включение новых объектов городского значения в историко-промышленные территории.

В свою очередь, для проектов реновации промышленных зон третьего типа предметная область является производной от выполняемых в рамках проекта работ:

а) по рефункционализации существующих памятников индустриального наследия согласно критериям социально-культурной востребованности и актуальности (перепрофилирование промышленных объектов под жилые здания, административно-офисные центры, образовательные учреждения, культурно-развлекательные центры, гостиницы, предприятия торговли, спортивные сооружения);

б) по экологической реабилитации территории за счет рекультивации нарушенных территорий, созданию новых зеленых массивов (парков, скверов, аллей);

в) по полному сносу промышленного объекта и использованию территории в других целях.

В структуре развивающегося современного города в последние годы проблема реновации промышленных территорий является особенно актуальной. Под термином реновация понимается адаптивное использование зданий, сооружений, комплексов при изменении их функционального назначения.

Целесообразность реновации и внедрения альтернативных функций обуславливают социальные, экономические, психологические, исторические и эстетические факторы. Многие промышленные предприятия переносятся из центра города на его окраины, в область. При отказе от промышленного использования территории предусматривается снижение негативного воздействия на экологию.

Использование внутренних территорий, архитектурно-пространственная и функциональная организация которых на сегодняшний день не соответствует их градостроительной значимости и потенциальному, обычно не предполагает реновацию и восстановление предприятий. Поэтому одним из вариантов использования территории является полный снос существующего объекта и строительство нового по функциям комплекса с нуля.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В Новосибирске уже несколько лет реализуется одобренная Президентом страны политика реновации промышленных зон. Среди жилых комплексов, которые превратили промышленные территории в жилые, – ЖК «Премьер», расположенный по ул. Семьи Шамшиных. Комплекс строится на территории жиркомбината. Теперь вместо производства, сопровождающегося удушающим запахом, на этой площадке расположился современный жилой комплекс высокого класса комфортности, а предприятие переехало на новую площадку – поэтапный переезд закончился в 2016 году. Застройщик ЖК «Премьер» – строительная компания АО «Город в городе».

Еще один пример – микрорайон «Горский», построенный на месте бывшего тепличного хозяйства, о котором теперь напоминает только название близлежащей остановки общественного транспорта – «Тепличная». Стеклянные купола теплиц здесь исчезли несколько лет назад, а небольшое административное здание строители снесли только в 2016 году. За два года на его месте появилась новая школа. Застройщиком микрорайона является ООО «Уникон» [11]. Полностью реализован и сдан проект в нынешнем году. На рис. 1 – фото микрорайона «Горский» в настоящее время.



Рис. 1. Микрорайон «Горский»

Примером удачной реновации промышленной зоны является жилой комплекс «Европейский Берег», который строится на территории бывшего завода «Большевик». Компания «СибАкадемСтрой», возводящая «Европейский Берег», провела реновацию еще одной промышленной территории [9]. На пересечении улиц Декабристов и Сакко и Ванцетти идет строительство квартала «На Декабристов». Концепцию компания разработала совместно с международным архитектурным бюро AEDAS. На рис. 2 изображен жилой комплекс «Европейский берег».



Рис. 2. Жилой комплекс «Европейский берег»

Дом La Grande на пересечении ул. 1905 года и ул. Нарымской также можно привести как пример удачной смены соседства для жителей близлежащих домов [8]. Компания «ДомСтрой» возводит его на месте здания, где изначально располагалась пересыльная тюрьма НКВД, а затем – психоневрологический диспансер.

Один из проектов, предусматривающий реновацию территории, реализуется на левом берегу Оби на месте Лесоперевалки. Сложная с градостроительной точки зрения, эта часть города оставалась недооцененной. Причина – у города нет финансирования, необходимого для того, чтобы привести Лесоперевалку в состояние, пригодное для строительства. Сейчас здесь расположен частный сектор, автомастерские, хозяйствственные постройки, до недавнего времени – ремонтная база «Горфонтана». «Ясный берег» занимает лишь часть обширной Лесоперевалки и является, по сути, первым шагом к реновации этой территории. Жилой комплекс, расположенный на берегу Оби, будет состоять из современных домов разной этажности, выполненных по проекту немецких архитекторов. Концепция «город-парк» подразумевает, что зеленые зоны не ограничиваются отдельными островками, а распространяются на всю территорию. Первая очередь строительства состоит из трех 26-этажных домов и обширной прилегающей территории с детским садом и большой парковой. Микрорайон строится в три этапа. Срок реализации первого-второго этапов – до I квартала 2022 года, срок ввода в эксплуатацию домов третьей очереди – IV квартал 2022 года. Застройщиком микрорайона является ООО «АКВА-СИТИ» [5].

По соседству с «Ясным берегом» началось строительство первой очереди жилого комплекса «Венеция» [7]. Компания-застройщик ООО «ГаммаСтрой» получила разрешение на строительство двух панельных 17-этажных домов в Ленинском районе по ул. 1-й Чулымской.

Компания «СибирьИнвест» построила на месте бывшего молочного завода Danone в центре Новосибирска жилой комплекс повышенной комфортности MilkHouse – два дома в шесть и восемь этажей [10]. Молочный завод Danone закрылся в сентябре 2014 года, а в декабре был снесен. В общей сложности в MilkHouse расположено 164 квартиры, предусмотрен двухуровневый подземный паркинг, единая входная группа с консьержем. При MilkHouse запланировано строительство многофункционального физкультурно-оздоровительного комплекса. Сдача объекта намечена на 2021–2022 год.



Рис. 3. Жилой комплекс «MilkHouse»

Помимо перечисленных, есть и другие примеры «наступления» жилья на промышленные зоны. Так, на территории давно бывшей ваяльной фабрики строится ЖК «Восход», застройщик ООО «Аспект», на месте завода пластмасс на улице Фрунзе – ООО «Краснообск. Монтажспецстрой» возводит сразу несколько жилых домов.

В предстоящем трехлетнем периоде (2019–2021 гг.) планируется ввод большого количества новых образовательных объектов, что поставит перед городом задачи не только по софинансированию расходов на их строительство, но и по оснащению и оборудованию введенных объектов, обеспечению функционирования новой сети в пределах полномочий местного бюджета.

Также продолжается строительство образовательных учреждений. В 2019 году ожидается реализация проектов на строительство школ по ул. Виктора Шевелева (Южно-Чемской жилищный массив) и ул. Тюленина (жилмассив Родники), областной субсидии на строительство начальной школы для лицея № 130 в Академгородке.

Генпланом Новосибирска, рассчитанным до 2030 года, предусмотрен перенос промышленных предприятий за городскую черту [6]. Также в планах и перенос речного порта, новая площадка находится в районе Кольвани. Сейчас речной порт занимает порядка 70 га в историческом центре города и более того – в прибрежной зоне, реконструкция этой территории позволила бы приблизить город к реке. Еще в 2013 году говорилось о возможном переносе Новосибирского аффинажного завода, расположенного на 3 га на пересечении улиц Кирова и Б. Богаткова. В левобережной части города может быть освобождена площадка Новосибирского оловянного завода. Сегодня деградированы территории мелькомбината, мясокомбината, химзавода, бывшей мебельной фабрики в Дзержинском районе – в городе наберется немало предприятий, которые можно перенести на другие площадки.

V. Обсуждение результатов

Таким образом, программа реновации промышленных зон в городе Новосибирске появилась достаточно давно, а та же продолжает совершенствоваться и развиваться и по сей день. В мегаполисе еще много территорий, требующих улучшения и реконструкции, а именно 19 промышленных зон, требующих реновации [6]. Перспективы развития явно есть. Но, как выясняется на практике, процесс оживления территорий очень сложен, требует взвешенного и, главное, комплексного подхода.

Первая проблема, которую приходится решать, приступая к освоению такого промышленных зон, – это собственники. Многие абсолютно не заинтересованы в развитии данной территории, так как здесь почти все надо начинать с нуля. Первым делом на такой территории делается рекультивация почвы. Заменяется весь верхний слой, причем не только там, где располагался какой-нибудь химический или нефтеперерабатывающий завод, – на какой-нибудь бывшей ткацкой фабрике почвы тоже бывают прилично загрязнены. Процедура эта не из дешевых: на рекультивацию почв уходит очень много денежных средств [4].

Очень много сложностей возникает на этапе согласования проекта с транспортными и инженерными структурами: часто под будущим жилым районом проходит линия метро, располагаются крупные водоводы, теплосети и т.д.

Также зарождается вопрос оплаты за использование земли: этот взнос порой составляет порядка 20% от инвестиционного бюджета. В итоге строительная компания еще ничего не создала, а уже нужно внести в бюджет пятую часть от стоимости всего строительства.

VI. Выводы и заключение

На основании исследования можно сделать вывод о том, что в городе Новосибирске благодаря реновации промышленных зон идет строительство жилых комплексов, а также объектов социальной инфраструктуры, рекреационных объектов. Если сравнить с городом Омск, то здесь создаются в основном только жилые дома без объектов социальной инфраструктуры. Многие школы, детские сады, спортивно-оздоровительные комплексы расположены далеко от новых зданий, нет проектов по строительству рекреационных объектов.

Таким образом, застройщик, взявшийся за реновацию такого участка, должен быть готов к решению нестандартных задач и к борьбе с предубеждениями по отношению к промышленным зонам. Но, несмотря на эти сложности, девелоперы всё охотнее берутся за подобные проекты, так как промышленные зоны – территории с большим потенциалом, которые способны превратиться в престижные, комфортные жилые массивы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Градостроительный кодекс РФ от 29 декабря 2004 года № 190-ФЗ (ред. от 03 августа 2018 года) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01 сентября 2018 года) . URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
2. Грахов В. П., Мохначев С. А., Манохин П. Е., Виноградов Д. С. Основные тенденции современных проектов реновации промышленных зон // Фундаментальные исследования. 2016. № 12, ч. 2. С. 400–404.
3. Пепаян В. М. Промышленные зоны как резерв для развития города. Реструктуризация, ревитализация, реновация, редевелопмент, регенерация, реконструкция как методы реабилитационного процесса городской ткани города // Наука, образование и экспериментальное проектирование. 2018. № 7. С. 46–47. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
4. Золотых М. А. Реновация промышленных зон в современных условиях города // STUDARCTIC FORUM. 2017. № 6 (6). С. 33–46. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
5. Официальный сайт города Новосибирск. URL: <https://novo-sibirsk.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
6. ГЕНПЛАН-НОВОСИБИРСК 2030 . URL: <http://nsk.novosibdom.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
7. ООО «ГаммаСтрой». URL: <http://gammastroi.nsib.su> (дата обращения: 31.10.2018).
8. ООО «ДомСтрой» . URL: <http://domstroy54.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
9. ООО «СибАкадемСтрой». URL: <https://sibakademstroy.brusnika.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
10. ООО «СибирьИнвест». URL: <http://sibirinvest-nsk.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
11. ООО «Уникон». URL: <http://www.unikonsib.ru> (дата обращения: 31.10.2018).

УДК 332.145

ОСОБЕННОСТИ РЕОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН В ЛОФТ-АПАРТАМЕНТЫ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО ОПЫТА

С. В. Тарута, Г. И. Шадиева
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Исследование посвящено рассмотрению опыта развития лофт-апартаментов за рубежом и на территории Российской Федерации, в частности в Москве, а также анализу основных требований, предъявляемых на территории Российской Федерации к реорганизации зданий промышленных зон в лофт. Рассмотрены достоинства промышленных зданий, как объектов жилого сектора недвижимости. Цель данной статьи в проведении сравнительного анализа опыта реноваций промышленных зон в лофт-апартаменты на территории Российской Федерации.

Ключевые слова – лофт, loft, апартаменты, apartments, промышленные зоны, industrial zones, реновация, renovation.

I. ВВЕДЕНИЕ

Потребность в реабилитации промышленных зон обоснована тем, что большое количество зданий, находящихся на их территории, не функционируют в связи с упадком промышленного производства, которое пришло на конец XX – начало XXI века из-за смены социально-экономических условий в государстве, а также как следствие выведения больших и действующих предприятий за границы города, территории на данный момент запущены. Большое количество промышленных зданий не функционирует, помимо этого здания промышленных зон близ центральных районов города вносят диссонанс в общую композиционно-планировочную структуру города.

Проблеме вторичного использования промышленных зданий за рубежом посвящены теоретические разработки и существует многолетняя практика решения данного вопроса, также данная тема актуальна и в современной России. Для крупных городов характерна не только нехватка жилой и коммерческой недвижимости, но и дефицит земельных участков под застройку. Одним из путей решения проблемы является реновация промышленных зон. Промышленные зоны зачастую занимают большие по площади участки и часто расположены близ центральных районов городов. Некоторую часть промышленных территорий нет возможности использовать для их первоначальной задачи, кроме того, ситуацию может усугубить высокая стоимость аренды здания в центре города.

Недостаточное изучение вопроса реорганизации промышленных зон в лофт, а именно архитектурных особенностей и принципов непосредственно реорганизации, а также формирования комфортной среды, делает актуальным:

1. Проведение исследований современных тенденций и закономерностей по формированию лофтов в городских планах по реновации промышленных территорий.

2. Разработку главных критериев, которыми должно обладать современное жилье.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной статьи является исследование и анализ опыта реорганизации промышленных зон в лофт-апартаменты на территории России и за рубежом.

Исходя из цели, поставлены следующие задачи:

1. Провести сбор теоретической информации о лофт-апартаментах;
2. Проанализировать опыт в преобразовании промышленных объектов в лофт-апартаменты в России и за рубежом;
3. Рассмотреть основные требования к проведению реконструкции здания промышленных зон под лофт-апартаменты в российской практике.

III. ТЕОРИЯ

В переводе с английского «loft» переводится весьма просто – «чердак». Однако в Европе и Соединенных Штатах лофтами принято называть не мансарды, а исключительно бывшие промышленные здания – фабрики, заводы, склады, цеха – которые были переделаны под офисы, арт-объекты и жилые комплексы.

Таким образом, классическая квартира-лофт – это апартаменты с достаточно большой площадью, расположенные в бывшем индустриальном здании и сохранившие в своем интерьере такие детали, как балки, различные трубы, кирпичная кладка на стенах, бетон и металлические конструкции.

Апартаменты – это объекты, предназначенные для временного проживания: разновидность гостиничного номера с кухней, санузлом, спальней. Юридически апартаменты относятся к нежилым помещениям, однако девелоперы часто рекламируют комплексы апартаментов как жилые комплексы, а покупатели приобретают эти помещения в качестве жилья [3].

Лофт – это изначально нежилое помещение (производственный цех, склад и т.п.), переоборудованное собственником в жилье. Понятие лофта возникло в 30-е годы XX века, после Великой Депрессии, когда многие фабрики и заводы обанкротились. В результате появилось большое количество пустующих производственных площадей, привлекательных низкой арендной платой, которые очень быстро заняли представители искусства: художники, архитекторы, музыканты. Они использовали лофты не только для жилья, но и для работы: обустраивали мастерские и выставочные залы. Постепенно лофты перестали быть дешевым жильем, превратившись в элитную недвижимость для богемы.

Уже к 50-м годам 20 века лофты прочно заняли в Соединенных Штатах свою нишу в категории дорогого жилья «не для всех».

Пика популярности в Америке лофты достигли в 60-е годы, когда знаменитый Энди Уорхол открыл на Восточной 47-й улице в Манхэттене свою ставшую хрестоматийной «Фабрику», здание, где жил и он сам и его ученики.



Рис. 1. Пример лофт-апартаментов

И только в 60-е годы лофты стали перекочевывать в Европу – Германию, Великобританию, Нидерланды, Австрию. Например, в Англии первым лофтом стали здания в районе Клеркен-велл, расположенном на севере Лондона. А массовое распространение такое «фабричное жилье» получило во время пребывания на посту английского премьер-министра Маргарет Тэтчер. А массовое распространение такое «фабричное жилье» получило во время пребывания на посту английского премьер-министра Маргарет Тэтчер. Основным толчком для развития новой концепции «лофт» в Великобритании стали экономические действия правительства: в силу вступил закон, который уравнял в правах индустриальные и офисные здания в центре Лондона. Когда аренда промышленного и офисного зданий сравнялась, очень многие фабриканты начали переносить свои производства за город. А далее сработала та же система, что и в Соединенных Штатах – выгодное расположение и необычное оформление начали привлекать к лофтам внимание богемы, а затем и обычных жителей столицы Великобритании.

Кстати, лофт стал отличным выходом для городских властей и девелоперов в тех случаях, когда сносить историческое здание нельзя, так как оно представляет собой ценный архитектурный объект, а использовать по прямому назначению уже невозможно

В 60-70-х годах, основным критерием архитектуры любого здания была ее новизна, никак не сопоставимая с художественными ценностями того времени, для которой оно, собственно, предназначалось. На сегодняшний день ситуация имеет совершенно иной характер. Реабилитация городского пространства – это процесс качественного воспроизведения территории с целью дальнейшего повышения ее конкурентоспособности, а также более эффективного использования и улучшения жизненного пространства населения. Конверсия промышленных зданий под лофт-апартаменты может быть произведена в строениях любого размера [2].

Что касается постсоветского пространства, то первым классическим лофтом на территории СНГ считается престижный жилой комплекс в Кипсале (Рига), созданный в 2003-м году латвийскими архитекторами из заброшенной в 90-е годы Гипсовой фабрике на первом этаже которой располагается "фабричный ресторан".

Сравнительно недавно, в середине «золотых» нулевых, появились российские образцы лофт-культуры.

Качество и количество жилой функции должны точно совпадать с возможностями здания, подвергающегося реорганизации. Проанализируем преимущества промышленных зданий, используемых как подоснову для формирования жилой лофт-недвижимости:

Конструктивно-планировочные. Большие пространства между несущими конструкциями предполагают свободу для разнообразных планировок. Конструкции промышленных зданий, чаще всего рассчитанные на большие нагрузки, дают возможность на размещение тяжелого оборудования, которое является неотъемлемой частью в современном жилье. Здания, как правило, имеют очень высокие потолки (до 5 метров), что позволяет делать двухуровневые апартаменты или организовать антресольный этаж или балкон. Большие окна также являются хорошим плюсом в освещенности зданий. А здания конца XIX – начала XX века, обладают толстыми кирпичными стенами, которые обладают высокой теплоизоляцией и обеспечивают экономичность затрат на тепло-энергию [7].

Экономические. Промышленные здания, как материальный объект, имеют такое конструктивное долголетие, которое позволяет использовать их 50, 100 и более лет. Реконструкция подразумевает собой капиталовложение, но меньшее, чем строительство нового здания. Преимущественным плюсом стоит отметить удобные транспортные связи, т.к. промышленное производство требовало привоза материалов и вывоза продукции, а также большое количество рабочих должно было ежедневно прибывать на предприятие. Существующие в зданиях инженерные коммуникации. Наличие больших территорий, прилегающих к зданиям промышленных зон, предполагающих собой возможность дополнительного строительства, в частности объектов социальной инфраструктуры.

Социальные. При проектировании лофт-апартаментов наиболее важен аспект организации социальных процессов, т.е. функциональная оснащенность различных участков жилой среды, предназначенных для тех или иных видов деятельности. Таким образом, здания промышленных зон, находящихся в черте города, сосредотачивают вокруг себя необходимые элементы для полноценного функционирования жизни населения [7].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Говоря о жилых функциях лофтов стоит отметить, что опыт освоения промышленных территорий широко распространен за рубежом, а в частности в Англии, Германии, Нидерландах, США и т.д. Именно в США во второй половине XX века впервые зародилась идея реорганизации промышленных зданий в жилую недвижимость, наряду с тем по прошествии небольшого времени, этой идеей заинтересовались и в Европейских странах. Сравнительно недавно, около 10–15 лет назад появились российские образцы лофт-культуры. На основе опыта Москвы эксперты настроены скептически. Это связано с тем, что когда заводские и фабричные помещения начали выводить за черту города, то бывшие помещения этих заводов начали превращаться в офисы, арт-пространство и редко в жилую недвижимость. Реорганизованные под офисы промышленные здания были крайне уютными, что послужило индикатором востребованности такой разновидности жилья на рынке недвижимости. Как следствие фактор того, что с каждым годом появляется все больше людей открытых для жилой лофт-недвижимости. Также россияне видят хорошие лофт-образцы в Европе и США во время своих путешествий и желают, чтобы нечто подобное присутствовало в их быту. На рис. 2 – фото лофт «SoHo» солиста группы Maroon 5 – Адама Левина, стоимостью в 5,5 млн. долларов [8].

Доля жилой недвижимости, приходящаяся на лофты, по сравнению с рынком в целом не так велика. Но с учетом того, что эта отрасль недвижимости для России еще совсем «юна», можно предполагать изменение данной ситуации в ближайшем будущем. В условиях ситуации, что имеется на данный момент, не все девелоперы берутся за создание и реализацию такого вида недвижимости. Это связано со спецификой реализации таких проектов. Ведь зачастую речь идет о необходимости реконструкции здания, которое имеет сложную планировку, а потому не всегда пригодно для проживания.



Рис. 2. Лофт «СоНо» Адама Левина

Опыт Москвы в реконструкции промышленных зданий – это целый комплекс сложностей в ее проведении:

- ограниченность пространства создает определенные условия на использование специального оборудования – необходимо применение малых габаритов: экскаваторов, автокранов, бульдозеров и др.;
- соблюдение экологических норм, проблемы вывоза мусора, сниженный уровень шума, выполнения нормативов по загазованности и запыленности во время демонтажа;
- демонтаж непригодных элементов стоит выполнять после обеспечения сохранности несущих систем здания;
- проведение реконструкции следует проводить под строгим контролем инженерно-технических специалистов.

Для согласования реконструкции производственных зданий нужно собрать следующие документы, которые подаются на рассмотрение в исполнительный комитет горсовета:

- заявление Заказчика;
- копии учредительных документов нотариально заверенные;
- пакет БТИ документов [6];
- копию документов с правом собственности на возобновляющий объект нотариально заверенные;
- проект перепланировки.
- заключение о техническом состоянии объекта.

V. Обсуждение результатов

На протяжении 10 лет сфера лофт-апартаментов в Москве развивалась очень бурно. Жильё этого класса входит в блок элитного жилья. В 2014 г. в сегменте лофт начался кризис, с Завода «Кристалл», который переехал, освободив место для жилья и творческого кластера. Но проект оказался заморожен. Девелоперу не удалось привлечь 125 млн долларов.

На рис. 3 – фото прайса Лофт-апартаментов «Кадашевские палаты», находящиеся по адресу г. Москва, Кадашевский переулок, 7-9. «Метро Третьяковская», а также расценки на апартаменты представлены на рис. 3 [9].

	площадь	комнаты	этаж	секция	\$ 1 кв.м.	стоимость, \$	стоимость, руб. (-ЦБ)	отделка	в Избранное
	150 кв.м	3-комнатные апартаменты	3	—	\$ 9 734	1 460 000 \$	96 349 926 руб.	Без отделки	
	158 кв.м	3-комнатные апартаменты	3	—	\$ 15 000	2 370 000 \$	156 403 647 руб.	С отделкой	
	168,1 кв.м	3-комнатные апартаменты	3	—	\$ 15 009	2 521 500 \$	166 401 602 руб.	Без отделки	

Рис. 3. Цены на лофт-апартаменты «Кадашевские палаты», г. Москва, Кадашевский переулок, 7-9

При покупке лофт-апартаментов нужно помнить о некоторых нюансах, которые отличают их от квартиры в обычном жилом доме. Лофт в России – это все же не жилая недвижимость, то есть застройщик законодательно не обязан обеспечивать свой проект объектами социальной инфраструктуры, а при проектировании внутренних пространств – учитывать нормы инсоляции, вентиляции, звукоизоляции. Но поскольку здания строятся в густонаселенных обжитых районах, то и дефицит социально-экономических структур не наблюдается.

Также стоит отметить повышенные платежи за услуги ЖКХ. В среднем водоснабжение в лофт-апартаментах обходится на 10% дороже, чем в квартирах, отопление – на 20–25%, электроэнергия – на 30% и более. Налог на имущество в пределах Москвы составляет 1,5% от кадастровой стоимости, в то время как для квартир 0,1–0,5% [5]. Однако, налоговую ставку можно снизить до 0,5%, если застройщику удастся добиться включения объекта недвижимости в льготный перечень апартаментов. Объект включается туда, если соблюдены следующие условия: площадь лотов менее 300 квадратных метров, кадастровая стоимость более 100 тысяч рублей за квадратный метр, само помещение не сдается в аренду и по адресу помещения не зарегистрированы юридические лица.

Получить налоговый вычет за покупку лофт-апартамента нельзя, как и оформить в них регистрацию по месту жительства (но можно зарегистрироваться по месту пребывания до 5 лет) [4].

Администрация Москвы давно говорит о возможности признания большинства лофтов жильем, поэтому вопрос с возможностью "постоянной регистрации" может вскоре решиться положительно[10].

VI. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Лофт-апартаменты – это особый тип жилья, который подойдет не всем покупателям, ввиду цены и особенностей архитектурной планировки. Тем не менее, семейные люди среди покупателей лофта все же встречаются. По группе покупателей в лице звёзд шоу-бизнеса, актёров кино, художников и т.д., они пока не могут соперничать с жильем. Несмотря на то, что лофт постепенно избавляется от имиджа недвижимости "не для всех", люди уже воспринимают лофт как полноценную альтернативу жилью.

Сейчас в России лофт-апартаменты воспринимаются больше как стиль, а не как доступный способ реорганизации промышленных зданий под жильё. Хотя опыт Москвы показал, что для практического применения лофт строительство нуждается в проработке и адаптации нормативной базы, поскольку этот вид недвижимости на грани требований к жилым и промышленным объектам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Жилищный кодекс РФ от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 03.08.2018). URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
2. Морозова А. П. Как отличить настоящий лофт от стилизованного // Всероссийская научно-практическая конференция "ДИСК-2017". 2017. М., С. 92–96. URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
3. Estimatica – наука оценивать : офиц. сайт. URL: <http://www.estimatica.info> (дата обращения: 31.10.2018).
4. Налоговый кодекс от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ РФ. URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
5. Федеральная налоговая служба России : офиц. сайт. URL: <https://www.nalog.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
6. Получение выписок из ЕГРН и проверка недвижимости : офиц. сайт Росреестра. URL: <https://rosreestr.net> (дата обращения: 31.10.2018).
7. Tranio : офиц. сайт. URL: <https://tranio.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
8. Forbes : офиц. сайт. URL: <https://www.forbes.com> (дата обращения: 31.10.2018).
9. ARK Premium realty : офиц. сайт. URL: <http://arkrealty.ru> (дата обращения: 31.10.2018).
10. РИА Недвижимость : офиц. сайт. URL: <https://realty.ria.ru> (дата обращения: 31.10.2018).

УДК 004.9

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН НА ПРИМЕРЕ МИРОВОГО ОПЫТА

А.Ю. Романенко, Н. М. Калинина
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – На протяжении уже достаточно длительного времени в мире прослеживается тенденция к реновации территорий города. Это связано с постепенным изменением технологий в различных сферах производства, а также со стремлением повысить качество жизни населения городов. Недействующие производственные зоны занимают значительную площадь наиболее инвестиционно привлекательных территорий города. Эти зоны являются градостроительным потенциалом, резервом земельного фонда.

Ключевые слова – промзона, реновация, промышленная территория, производственная зона, градостроительный потенциал.

I. ВВЕДЕНИЕ

Проекты реновации промышленных территорий становятся очень актуальными. Этот процесс, сложен как в социально-экономическом, так и в административном аспекте. В основном, большие территории имеют несколько собственников, планы которых могут отличаться, поэтому основная задача правительства – заинтересовать владельцев и создать благоприятные инвестиционные условия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ:

Целью статьи является изучение зарубежного опыта реновации промышленных зон по разным направлениям.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Провести сбор теоретической информации о реновации промышленных зон.
2. Изучить зарубежный опыт реновации промышленных зон по разным направлениям.
3. Сделать вывод по анализируемому материалу.

III. ТЕОРИЯ

Реновация переводится с латыни как обновление или ремонт, а Градостроительным кодексом, термин определен как развитие застроенных территорий.

Реновация подразумевает адаптивное использование территорий, зданий, сооружений и комплексов при изменении их функционального назначения и дальнейшего использования [1].

Главной целью реорганизации или реновации является изменение функционального назначения территории для повышения экономической, экологической и социальной эффективности способа использования [2].

Так как основными причинами образования города являются промышленность и производство, промышленные зоны, в основном, сосредоточены в центре городов. В настоящее время центральные города имеют тенденцию постиндустриального развития, и этот процесс напрямую связан с необходимостью реорганизации недействующих и устаревших промышленных зон, которые в первую очередь занимают инвестиционно привлекательные и перспективные городские территории.

Существует несколько способов развития и преобразования недействующих промышленных территорий. Рассмотрим основные из них.

1. Преобразование в общественно-деловую и торговую зону.

Суть данного направления заключается в полной или частичной реорганизации неэффективных территорий, и объектов, которые на них находятся. Удобное расположение около магистралей общегородского значения, расположение вблизи остановок общественного транспорта, возможность привлечения большого количества людей создают привлекательность для инвесторов и девелоперов.

2. Преобразование в жилую застройку.

Промышленные предприятия разделяются на классы по степени опасности. Если территория бывшей промышленной зоны была санкционирована, отвечает санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к жилым зонам, а бывшее производство не относилось к высокой степени опасности, то возможна реновация

под жилую застройку. Данный вид реновации обладает большой популярностью, потому что обычно такие территории имеют выгодное расположение и очень перспективны для покупки недвижимости.

3. Преобразование в зону рекреации.

Природный каркас города играет важную роль в создании здоровой и полноценной среды обитания. В крупных городах рекреационная нагрузка постоянно увеличивается, а в результате разрастания городов природные территории дробятся и подвергаются все большему антропогенному воздействию, что неизбежно приводит к их деградации. Поэтому преобразование бывших производственных зон в зону зеленых насаждений служит хорошим потенциалом, направленным на оздоровление городской среды.

Этот аспект имеет и экономическое значение, так как реновация территорий промышленных предприятий, представленных техногенными грунтами с высоким классом опасности, требует существенных затрат на санацию для того, чтобы эта территория отвечала санитарно-гигиеническим требованиям, предъявляемым к жилым территориям. Возникает необходимость экологического обследования, исходя из результатов которого можно выбрать направление проектного развития. Вряд ли людей заинтересует покупка жилья на территории бывшего химического или радиоактивного завода, поэтому создание зеленый рекреационной зоны будет наиболее эффективным и целесообразным.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

1. Преобразование в общественно-деловую и торговую зону.

Примером того, как можно креативно использовать заброшенное индустриальное строение и превратить его в общественную зону, может послужить опыт из зарубежной практики, а именно гостиница «Huettenpalast» в Берлине. Старое здание фабрики по производству пылесосов в Берлине долго пустовало. Пока паре креативных немецких дизайнеров, Силке Лоренцен и Саре Фольмер, не пришло в голову трансформировать заброшенное строение в оригинальный домашний отель. Дом-отель располагается в 15 минутах езды от центра немецкой столицы. Название отеля отражает его суть: первая часть «Huetten» переводится как «хижины», вторая «palast» — как «дворец». В итоге стараниями двух немецких дизайнеров на свет появился своеобразный «Дворец хижин» — идеальное место для любителей пообщаться, завести новых знакомых и просто хорошо провести время.



Рис. 1. Реконструкция бывшей фабрики в гостиницу «Huettenpalast» в Берлине (Германия)



Рис. 2. Домашний отель «Huettenpalast» в Берлине (Германия)

Стандартные комнаты, располагающиеся в другой части бывшей фабрики, предоставляют больше возможностей для уединения, личные ванные комнаты и пространство с высокими потолками.

В отеле работает кафе, расположенное в тихом внутреннем дворике, усаженном разнообразными растениями в вазонах. Несколько раз в месяц в этом зеленом оазисе проходят различные мероприятия, привлекающие модную молодежь Берлина и путешественников, оказавшихся в это время в городе.

2. Преобразование в жилую застройку.

Можно привести много удачных примеров такой реновации, один из них проект планировки территории пивоваренной компании Heineken. в Kanaal – это девелоперский проект Акселя, Вервортса, государство в государстве, реализованная модель деревенского города — такого, где комфортно жить и работать, не отвлекаясь на суету.



Рис. 3. Реконструкция старой фабрики под квартал элитного жилья и офисов



Рис. 4.– Квартира в квартале элитного жилья

Прежде в здании постройки 1857 года находилась фабрика и зернохранилище, позже, уже в середине 20 века — пивоваренная компания Heineken. В 1998 году Верворт выкупил Kanaal, где открыл свою художественную галерею. В 2012 Аксель Верворт начал перестройку старой фабрики под квартал элитного жилья и офисов. В основу генплана будущего комплекса легли принципы бельгийского стиля — когда всё, что создает человек, находится в диалоге с окружающей средой. Архитектура мощная, но спокойная и безмятежная. Интерьер простой,— но затратный по времени и деньгам. Комплекс расположен вдоль Альберт-канала, который соединяет Антверпен с городом Льеж. Две силосные башни, сохранившиеся со времен процветания фабрики, служат ориентиром для жителей. В наследство владельцам элитной недвижимости досталась старая часовня: ее тоже отреставрируют.

3. Преобразование в зону рекреации.

Примером такой реновации является парк в Германии. В 1991 году в городе Дуйсбурге был объявлен закрытый архитектурный конкурс на лучшее решение реорганизации громадной территории сталелитейного завода. Из вариантов пяти участников лучшим был признан проект бюро «Latz + partner».



Рис. 5. Сталелитейный завод до реконструкции



Рис. 6. Реконструкция сталелитейного завода под парк

В отличие от своих соперников, оно предложило сохранить большую часть индустриальных объектов – цеха, локомотивное депо, мосты и бункеры – и сделать их главной темой нового парка. Здесь были построены новые мосты, проложены пешеходные и велосипедные дорожки, высажены аллеи и рощи, организованы всевозможные площадки для активного и пассивного отдыха. Одна из доменных печей превращена в скалодром, на другой расположилась смотровая площадка, а в бывшем резервуаре для газа расположился дайвинг-центр [3].

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, реновация и реконструкция недействующих промышленных зон – актуальный вариант устойчивого развития города. В статье выявлено несколько основных направлений нового использования территорий бывших промышленных зон, эффективность которых уже проверена в разных мирах.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит за помощь в написании работы ст. препод, кафедры Тарута Светлану Викторовну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

5. Золотых М. А. Реновация промышленных зон в современных условиях города // StudArctic forum. 2017. Вып. 2 (6). С. 33–46.
6. Щербина Е. В., Данилина Н. В. Градостроительные аспекты проектирования устойчивой городской среды // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 11. С. 183–186.
7. Бывшие фабрики. Бывшие заводы . URL: <https://novate.ru/blogs/250313/22729/> (дата обращения: 10.11.2018).

УДК 332.145

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ОПЫТА Г. КАЗАНИ В РЕНОВАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН

А. Ф. Ольшевская, В. П. Чижик
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В работе представлен анализ опыта реновации промышленных территорий и изменение их назначения с учетом развития инфраструктуры крупных городов. Актуальность темы исследования состоит в том, что на сегодняшний день в населенных пунктах России сохранилось множество территорий, занятых ранее промышленностью и сопутствующими производствами, которые, вследствие частичного или полного прекращения промышленной деятельности, утратили своё первоначальное значение. В работе главной целью является: анализ опыта города Казань по реновации промышленных зон. Сделан вывод о том, что город нуждается в реновации, в развитии инфраструктуры, улучшении экологической обстановки.

Ключевые слова – реновация, промышленные территории, промышленные объекты, Казань.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время все отчетливей звучит мысль: промышленные территории являются существенным резервом для развития городов России. Сегодня промзоны в стране представляют собой устаревшие производственные анклавы с недействующей транспортной инфраструктурой, которые используются неэффективно. Именно поэтому основной тенденцией последних лет является редевелопмент промышленных территорий. Столице Татарстана в этом отношении тоже есть, чем заняться. Правительство республики, власти Казани наметили планы, часть из которых прогнозируют воплотить уже в ближайшие годы.

Казань – столица Республики Татарстан промышленных, финансовых, торговых и туристических центров России, город Поволжья [2]. Промышленный комплекс Казани представлен машиностроительной, химической и нефтехимической отраслями, легкой и пищевой промышленностью.

Проблема отживших свой срок и вышедших из эксплуатации промышленных комплексов остро стоит не только в Казани, но и во многих регионах России. Значит, проблема носит всероссийский характер. Выходом из сложившейся ситуации может стать проведение специальных реновационных мероприятий на деградирующих промышленных комплексах.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной статьи является исследование вопросов реновации промышленных зон в городе Казань. Исходя из цели, поставлены следующие задачи:

1. Изучит теоретические вопросы реновации промзон;
2. Проанализировать проекты о реновации, осуществляемые в г. Казань;
3. Оценить результаты данных проектов, выделить основные проблемы.

III. ТЕОРИЯ

Реновация (лат. renovatio — обновление, возобновление, ремонт) — процесс улучшения, реконструкции, реставрации без разрушения целостности структуры.

В промышленном строительстве — технико-экономический процесс замещения выбывающих из производства физического и морального износа машин, оборудования, инструмента новыми основными средствами за счёт средств амортизационного фонда, как один из процессов комплексной реконструкции промышленных объектов.

В гражданском строительстве — инновационный процесс в сфере основного капитала, при котором изменяется функциональное назначение объектов реконструкции.

Реализацию проектов реновации промышленных зон можно рассматривать как составную часть редевелопмента. Редевелопмент — это процесс вторичного, комплексного развития территории, заключающийся в преобразовании имеющихся на территории объектов недвижимости в совершенно новые, в том числе с изменением их функционального назначения. Целью редевелопмента является привлечение инвестиций для преодоления тенденции упадка, создание рабочих мест, оживление бизнеса, восстановление

и развитие жилищно-коммунального и производственного секторов, развитие эффективной системы социального обеспечения населения и сервисных услуг.

Программа редевелопмента активно используется во всём мире для развития нерационально используемых территорий и включает в себя проведение необходимых работ по её застройке, реконструкции и восстановлению, включая жильё, коммерцию, промышленность, торговлю и другое.

Используя открытые источники информации, авторы статьи провели исследование основных тенденций современных проектов реновации промышленных зон. В настоящее время предметные области реализуемых проектов реновации промышленных территорий охватывают три различных направления преобразования промышленных территорий с функциональной точки зрения:

- сохранение промышленной функции;
- частичная рефункционализация;
- полная рефункционализация [3].

Для выявления метода реновации, определяющего конкретное содержание предметной области проекта реновации промышленной зоны, необходима четкая последовательность работ на различных уровнях [8]:

1. Обширное планирование территории, при котором выявляются существующие городские проблемы макроуровня, возникшие вокруг промышленных территорий. На данном этапе идет анализ городской транспортной инфраструктуры, окружающей застройки, количества жителей района, объектов социального обслуживания и их нормативных показателей. В каждом конкретном случае необходимо производить оценку приоритетности процесса реновации по различным факторам, включающим экономический, социальный, экологический, градостроительный, инновационный, производственно-технологический, инженерно-технический аспекты, для выявления наиболее эффективного метода реновации.

2. Согласование с Генеральным планом и Стратегией перспективного развития. Выявляется набор необходимых мер, выбранных для преобразования данной территории, соответствующий целям и задачам развития всего города. Проведение исследований, опросов горожан, публичных слушаний для выявления задач микроуровня и потребностей жителей, создание общественных организаций, содействующих преобразованию территории, вовлекающих и регулирующих отношения всех заинтересованных сторон.

3. Выбор метода реновации. Анализ выявленных задач к преобразованию территории, затрагивающий все городские уровни. Далее вносятся изменения в правила землепользования и застройки, которые служат основой для изменения функционального зонирования территории и создания проекта реновации на основе всех изменений.

Таким образом, для наиболее эффективного преобразования промышленных территорий в городское пространство необходим обширный и последовательный анализ данной зоны, существующих объектов и прилегающих территорий, выявление необходимых путей развития города на различных уровнях, следующие общкой стратегии городского развития. Далее необходимо разработать программу редевелопмента промышленных территорий города, в основе реализации которой должен лежать механизм государственно-частного партнерства. Грамотное внедрение современных методов и механизмов управления проектами преобразования промышленных территорий позволит обеспечить качественное изменение промышленности, сокращение промышленных территорий и выход городов на новый этап урбанизации.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим основные проекты и процессы по реновации промзон в г. Казань.

Начало этому процессу было положено в 2008 году. В этот период собственники кондитерской фабрики перевели производство за пределы города, а на освободившейся территории расположился ЖК «CloverHause» – построено более 30 тысяч квадратных метров жилья, представлен на рисунке 1.



Рис. 1. Жилой комплекс «CloverHause», Казань.

На месте перенесенного «Казанского электротехнического завода» построен технопарк «Идея». ЗАО "Инновационно-производственный технопарк "Идея" (ИПТ "Идея") является центром коммерциализации научноемких технологий в Татарстане и действует в соответствии с республиканской программой развития инновационной деятельности в РТ, один из крупнейших технопарков в Европе, Представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Инновационно-производственный технопарк "Идея", Казань.

Разработан план поэтапного выноса производственных и коммунально-складских предприятий Советского, Вахитовского и Кировского районов Казани.

Однако, не смотря на перечисленные положительные примеры, на территории города, по-прежнему, остается очень много зон, требующих реновации.

Общая площадь территории, которую необходимо расчищать, менять ее назначение и профиль в Казани составляет более 365 га. Согласно проектам, население района увеличится на 2 – 3 тысячи человек, построят 132 тыс. кв. метров жилья, школу и 4 детских сада. По предварительным расценкам реализация этих программ по реновации оценивается в 40 – 45 млрд. рублей.

Так, на территории речного порта, которая составляет более 40 га земли, рассоложены фактически не функционирующие предприятия «КазаньСоль», «Гидроспецстрой», «Мелита», кроме того более половины этой территории занимает причальная стенка грузового порта. Власти разрабатывают проект, предусматривающий, на этой территории создание зон смешанного типа, решив, таким образом, проблемы развития слабой инфраструктуры.

Для размещения жилищного строительства приоритетной площадкой стал район «Западное заречье». На данный момент территория занята промышленными заводами. «Западное заречье» достаточно обеспечена инженерной и транспортной инфраструктурой, вынос промышленных территорий позволит улучшить экологическую обстановку и повысит привлекательность района.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В начале второго тысячелетия было муниципальными властями г. Казань было принято решение о разработке нового Генерального плана города. Генеральный план должен был отразить изменения в экономической и политической жизни страны. Приоритетным направлением нового генерального плана было создание условий для туристического притока и вывода жилой и общественной застройки в акваторию реки Волга. При разработке генерального плана города было предложено вынести промышленные комплексы, железнодорожные ветки и узлы, складские комплексы на периферийные зоны.

Анализ программ и проектов позволяет сделать вывод, что по проекту властей города к 2030 году депрессивная сейчас территория должна стать привлекательным местом, как для жизни, так и для турбизнеса.

Основными задачами генерального планирования территории Казани стали:

- сохранение уникального историко-культурного наследия;
- создание уникального ландшафтного и архитектурно-пространственного облика города;
- эффективное использование городских зон;
- создание комфортной среды для жителей и туристов;
- обеспечение безопасности территории;
- создание равномерности размещения на территории города жилых и общественных массивов;
- создание комфортного транспортного потока;

Согласно новому генеральному плану, центральная часть Казани должна стать полифункциональным ядром, в котором будут протекать всевозможные сценарии культурной жизни города, а так же общение, обмен информацией, отдых жителей города. Так же предусматривается перенос из городского ядра промышленных и складских объектов с возможностью их рефункциализации (изменение назначения промышленного объекта).

Реновация и рефункциализация промышленных территорий и комплексов должна обеспечить:

- развитие промышленного комплекса (в том случае, если оно целесообразно с экономической стороны и не влияет на ухудшение экологического состояния города);
- сохранение первоначального облика здания (создание музея);
- рефункциализация с последующим внедрением новых технологических процессов;
- перепрофилирование промышленных объектов и их территорий под новые функции (например, торговые центры, жилье, выставочное пространство и т.д.);
- рекультивации промышленных территорий, с последующим созданием зеленого каркаса города (парки);
- полное удаление промышленного объекта и использование территории под другим назначением.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ позволяет выделить основные проблемы реновации в городе Казань.

Во-первых, большая часть территорий, подлежащих реновации, принадлежит частным собственникам, что существенно затрудняет и даже тормозит процессы реновации. Огромные массивы земли находятся в частной собственности, и используются неэффективно. Именно поэтому отсутствуют свободные земельные участки под застройки современных жилых комплексов, рекреационных зон и др.

Во-вторых, серьезные сложности создает отсутствие развитой инфраструктуры в районах, требующих реновации. Из-за отсутствия развитой инженерной и дорожной инфраструктуры на некоторых территориях затруднено их освоение. Кроме этого они слабо обеспечены социальными объектами.

В-третьих, зачастую реновации требуется на промышленных территориях, на которых располагаются действующие предприятия. Перемещение действующих производственных территорий достаточно сложный трудоёмкий и затратный процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Градостроительный кодекс РФ от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 03.08.2018 . URL: <http://www.consultant.ru/>).
2. Грахов В. П., Мохнатчев С. А., Манохин П. Е., Виноградов Д. С. Основные тенденции современных проектов реновации промышленных зон // Фундаментальные исследования. 2016. № 12-2. С. 400–404. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41105> (дата обращения: 19.11.2018).
3. Википедия – Казань . URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Казань>.
4. Казанская недвижимость : журнал. URL: http://onlinegazeta.info/tatarstan/tatarstan_magazin_tatar_nedvizhimost.htm© onlinegazeta.info.
5. Реновация территории – что это? // РемСтрой. URL: <http://www.ap7.ru/blagoustroystvo/renovatsiya-territorii-chto-eto.html>.
6. 2ГИС : электронный справ. с картами городов // Электронные справочники и карты. URL: <https://2gis.ru/kazan?queryState=center%2F49.130639%2C55.785563%2Fzoom%2F16>.
7. Хлебникова Е. П., Мирошникова О. А. Анализ информационного наполнения публичной кадастровой карты по регионам Российской Федерации // Вестник СГУГиТ (Вестник Сибирского государственного университета геосистем и технологий). 2016. Вып. 2 (34). С. 127–142.

УДК 332.145

АДАПТАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОБЪЕКТОВ К ПОТРЕБНОСТИМ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ КУЙБЫШЕВСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЗОНЫ ГОРОДА ОМСКА)

А.В. Корикова, Н.А. Кулик
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В данной статье рассмотрена проблема реновации промышленных зон. Данная проблема актуальна, так как все больше промышленных зон не используются, создавая сложности в управлении городским хозяйством и создании комфортной среды. Цель статьи заключается в представлении возможного преобразования промышленных зон. В качестве объекта исследования рассмотрена Куйбышевская промышленная зона города Омска. Проанализированы характерные особенности Куйбышевской промышленной зоны, выявлена и обоснована необходимость реновации и восстановление данного участка. На основе проведенного исследования предлагается преобразовать данный участок в транспортно-логистический центр.

Ключевые слова – реновация, промышленная зона, промышленные объекты, реконструкция, Омск.

I. ВВЕДЕНИЕ

Социально-экономическое развитие современной России характеризуется наличием промышленных объектов, не используемых по назначению, но при этом занимающих большие территории, которые создают проблемы в создании благоприятной городской среды для населения. Сегодня существует не только зарубежный, но российский опыт реновационных проектов различных видов и типов. Проекты по реновации промышленных зон нужно реализовывать, так как они помогают решить задачи эффективного использования заброшенных промышленных территорий. Это будет способствовать успешному развитию социально-культурной, бытовой и коммуникационной городской среды. Новое адаптивное использование зданий, сооружений, комплексов, территорий при кардинальном их функциональном изменении и раскрывают понятие «реновация». В переводе с латинского языка *renovatio* означает обновление, возобновление.

Реконструкция промышленных зон может проходить путем строительства новых объектов, при этом происходит ликвидация старых зданий, зачистка территорий.

Проблема отслуживших свой срок и вышедших из эксплуатации промышленных территорий появилась и в городе Омске. Здесь расположились как градообразующие предприятия, так и достаточно большое количество промышленных предприятий разного класса, часть из них устарели и пришли в упадок, другие изменили свое функциональное назначение. Оставшиеся предприятия делятся на две части, одна из которых до сих пор сохранила производство, а другая часть не задействована и разрушается.

Это обусловлено использованием современных более емких технологий, которые не предполагают вовлечение в производственный процесс больших площадей или снижением объема производства, оптимизацией своей деятельности. Поэтому созрела необходимость принятия стратегического решения о перспективном использовании этих территорий.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Промышленность современного города представлена предприятиями машиностроения, химического производства, перерабатывающими предприятиями пищевой, легкой промышленности и др. Многие фабрики и заводы сегодня пребывают в крайне запущенном состоянии. Промышленность города Омска не исключение и сегодняшняя задача – найти наиболее эффективные пути использования промышленных зон.

В состав генерального плана развития города Омска входят перепрофилированные производственные территории, объекты жилищного строительства.

III. ТЕОРИЯ

С учетом всех обстоятельств необходима адаптация промышленных территорий к современным условиям функционирования города и требованиям рыночной экономики. В зависимости от степени сохранения промышленной функции можно выделить следующие используемые в данных обстоятельствах принципы:

1. Промышленная функция сохраняется, в этом случае возможны два варианта:
 - реставрация полная и(или) детальная, воссоздание и сохранение первоначального облика зданий (актуально для памятников промышленной архитектуры);

– применение новых технологий производства обслуживания в существующих зданиях (реконструкция объекта).

2. Частичная рефункционализация, в этом случае актуальны следующие подходы:

- сохранение и реконструкция основных планировочных структур зданий;
 - консервирование зданий (музеефикация объекта);
 - создание новых объектов городского значения на историко-промышленной территории.

3. Полная рефункционализация содержит три варианта реновации:

– рефункционализация существующих памятников. Рефункционализация предполагает собой переориентацию промышленных объектов под жилые здания, административно-офисные центры, образовательные учреждения, культурно-развлекательные центры, гостиницы, предприятия торговли;

— экологическая реабилитация территории за счет восстановления разрушенных территорий, создание новых зеленых массивов (парков, скверов, аллей);

— снос промышленного объекта и использование его территории в других целях [1].

Хорошим примером реновации промышленных зданий и территорий можно привести газгольдеры в Вене. Газгольдеры были построены в период с 1896 по 1899 гг. Здания, как и предполагалось, были построены для хранения газа, но со временем стали непотребны. После проведенной реновации заброшенные скелеты газгольдеров превратились в фешенебельные квартиры, офисы, магазины. Современные архитекторы отметили, что это наиболее удачный пример по реновации промышленных объектов и их территорий.

Можно привести еще один удачный пример, выполненный российскими архитекторами, реконструкции промышленного объекта, – музей воды на территории предприятия «Водоканал» в Санкт-Петербурге. Преобразовали удачно не только башню, но и территорию вокруг музея: разбит сквер, устроен фонтан, поставлены скульптуры [3].

Можно сделать вывод, что примеры демонстрируют новейшие методы, направления и способы адаптации промышленных объектов к современным потребностям городов, обладающих многовековой культурой и историей. Промышленная архитектура быстро адаптируется к развивающимся технологиям, что является возможностью для ее перспективного развития. Достигается это с помощью восстановления промышленных объектов, наполнения их новыми функциями, а также с помощью экологической реабилитации территорий.

Для нашего исследования была взята Куйбышевская промышленная зона. Она находится в Центральном административном округе на пересечении улиц 10 лет Октября, Производственной 2-ой, 2-ой Учхозной, 3-его разъезда и Омской, а также Сыропятского тракта. Приблизительная площадь исследуемой промзоны составляет 8.5 км^2 [4].

На рис. 1 показано размещение вышеперечисленных объектов на Куйбышевской промышленной зоне. Фиолетовым цветом отмечены административные здания с производственно-строительными компаниями и жилые дома для работников заводов и предприятий.

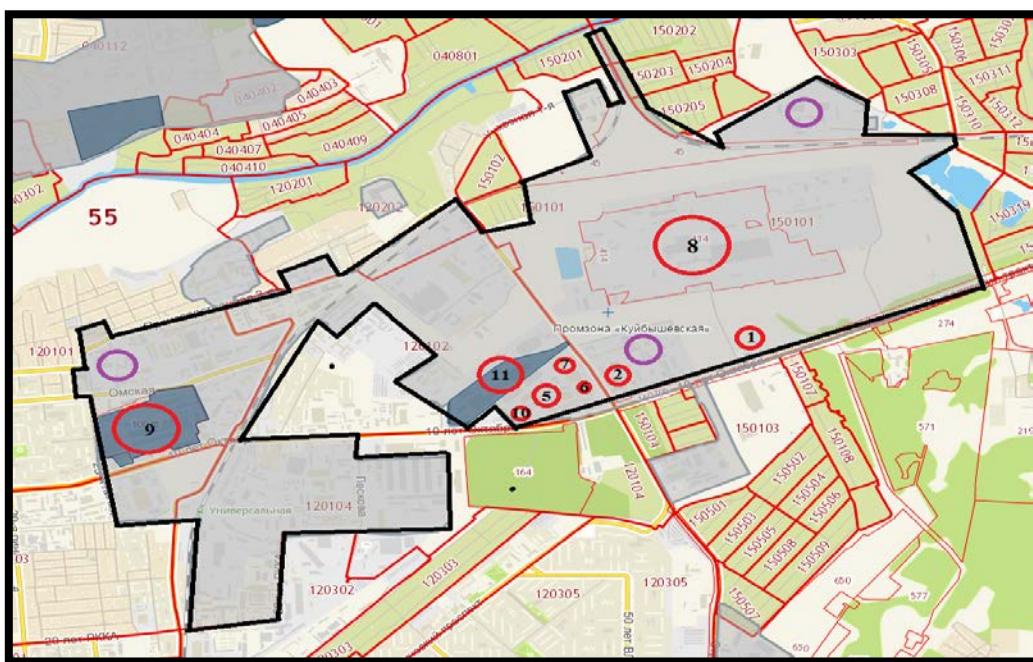


Рис. 1. Расположение объектов недвижимости на Куйбышевской промышленной зоне

1. Автозаправочная станция «Газпромнефть».
2. Автосервис послегарантийного обслуживания и ремонта «Nissan».
3. Административные здания с производственно-строительными компаниями.
4. Жилые дома для работников завода.
5. Кафе «У Вартана».
6. ООО «Вектор».
7. ООО «СибирьТракСервис».
8. Производственные корпуса ТЭЦ-5.
9. Радиозавод им. А. С. Попова.
10. Рыбный рынок.
11. Филиал ООО «Юнилевер-Русь»[4].

Рассмотрев расположение объектов недвижимого имущества на промзоне, можно сказать, что большинство из них находятся на ул. 10 лет Октября, ближе к центру и главной дороге [5].

Вокруг Куйбышевской промышленной зоны располагаются и занимают большую территорию дачные участки. Недалеко находится клиническая психиатрическая больница им. Н. Н. Солодникова, Старо-Восточное, Ново-Еврейское и Мусульманское кладбище, большое количество железнодорожных станций.

Изучив и описав Куйбышевскую промышленную зону, можно сделать вывод, что условия для жизни здесь неблагоприятные, так как через данную промышленную зону проходит железная дорога, выбросы из ТЭЦ-5 загрязняют атмосферу, повышен уровень шума и пыли. Многие земли пустуют, а недействующие объекты недвижимости занимают много места.

Решением данной проблемы может стать реновация промышленной зоны.

Для реновации выбрана не вся промышленная зона, а конкретный её участок, расположенный рядом с железной дорогой (станция Универсальная), на пересечении улиц 10 лет Октября, Омская и Производственная 2-ая, его площадь составляет в среднем 95 га.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Так как данная зона не имеет благоприятных условий для проживания, рядом находится железная дорога, радиозавод им. А. С. Попова, пустующие территории и сдаваемые в аренду объекты недвижимого имущества, то здесь можно расположить транспортно-логистический центр.

Транспортно-логистический центр – специализированное предприятие, основными функциями которого являются обработка и хранение грузов, таможенное оформление, информационные услуги [9].

На Куйбышевской промышленной зоне можно предложить разместить транспортно-логистический центр, который будет состоять из складов временного хранения, складов общего пользования, таможенных и товарных складов, открытых площадок для хранения грузов, контейнерной площадки, отвечающих международным стандартам и построенных по современным технологиям с использованием высококачественных материалов.

Транспортно-логистические центры предназначаются для обслуживания перевозок, обработки грузов по месту нахождения клиентов и осуществления транспортно-экспедиционных услуг [9].

Наиболее важными факторами для постройки транспортно-логистического центра являются:

1. Близость к транспортным развязкам и основным железнодорожным или автомобильным магистралям, наличие подъездных путей нескольких видов транспорта.
2. Наличие крытых складских помещений.
3. Наличие автоматизированных систем складского учета товарно-материальных ценностей.
4. Наличие современных средств механизации погрузочно-разгрузочных работ и транспортно-складских операций по переработке грузов.
5. Полезная высота не менее 10 метров, а именно возможность многоярусного стеллажного хранения грузов (при осуществлении складских операций с грузами, позволяющими производить такое хранение).
6. Охраняемая территория для парковки и отстоя поездов.
7. Ровный пол с антипылевым покрытием.
8. Наличие помещений для административно-делового центра [8].

С дальнейшим развитием данного транспортно-логистического центра, можно провести преобразование в оптово-логистический (торгово-логистический) центр.

Оптово-логистический центр (торгово-логистический центр) – логистический центр, выполняющий те же самые функции, что и транспортно-логистический центр, но при этом специализирующийся на оптовых партиях потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства [9].

Основной функцией оптово-логистических (торговых) центров является поставка оптовых партий потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения отечественного и импортного производства непосредственно потребителям или организациям розничной торговли [9]. На

территории оптово-логистических центров размещаются склады для хранения и переработки мелких и крупных партий грузов общего назначения, склады с особым температурным режимом, а также площадки для приема, переработки и хранения грузов и контейнеров [7].

Помимо основной функции – осуществления оптовых поставок оптово-логистические центры выполняют множество сопутствующих функций, таких, как изучение спроса покупателей, заключение договоров на поставку товаров, организация продвижения товаров от производителей в места потребления, обеспечение хранения товаров, формирование торгового ассортимента, оказание дополнительных услуг в процессе продажи и послепродажной эксплуатации, логистические услуги и т.д. [9].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На рис. 3 отмечено расположение транспортно-логистического центра, а именно крытых складских помещений, территорий для парковки и отстоя поездов, помещений для административно-делового центра (офисов).



Рис. 2. Расположение транспортно-логистического центра на Куйбышевской промышленной зоне

Цифры на карте соответствуют следующим наименованиям:

1. Административно-деловой центр.
2. Крытые складские помещения.
3. Открытые площадки для хранения грузов и контейнерные площадки, предназначенные для обработки большегрузных контейнеров.
4. Территория для парковки и отстоя поездов.

Офисные помещения для данного транспортно-логистического центра необходимо арендовать, так как в этой зоне находится очень много недействующих или сдаваемых в аренду помещений. Административно-деловой центр будет располагаться по адресу ул. 10 лет Октября, 195/4.

Крытые складские помещения, открытые площадки для хранения грузов и контейнерные площадки, предназначенные для обработки большегрузных контейнеров, находятся в непосредственной близости друг к другу. Складские помещения, обозначенные на карте цифрой 2.1, являются запасными, возможно, для определенных, специальных грузов или когда в главных складах будет недостаточно места.

Территория для парковки и отстоя поездов располагается около открытых площадок и складских помещений, здесь же есть парковка для автомобилей.

Все заброшенные и недействующие здания, находящиеся на территории транспортно-логистического центра подлежат сносу либо превращению в складские помещения, закрытые и контейнерные площадки, предназначенные для обработки большегрузных контейнеров.

Зеленым цветом на карте обозначены места, в которых необходимо разместить различные аллеи, парки или просто занять эту территорию зелеными насаждениями для очистки воздуха и более приятного вида, так как в данной местности повышен уровень загрязнения из-за рядом находящихся промышленных предприятий.

Расположив транспортно-логистический центр на выбранном месте можно определить ряд преимуществ:

Во-первых, через исследуемый участок проходит железная дорога, следовательно, это удобное место для разгрузки поездов.

Во-вторых, приблизительная площадь выбранного участка промышленной зоны для обустройства составляет 95 га – это достаточная территория для маневрирования большегрузных поездов, наличия больших парковок и таможенного поста.

В третьих, на выбранной территории расположены только производственные предприятия за исключением немногочисленных жилых домов для работников этих предприятий, значит размещать новостройки и торговые комплексы здесь нецелесообразно.

Таким образом, чтобы развить логистическую инфраструктуру и повысить транзитную привлекательность города Омска, необходимо строительство и скорейшее введение современных логистических центров.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы проведен анализ Куйбышевской промышленной зоны, а именно конкретного выбранного участка, сформирована концепция его реновации, предложены направления по улучшению и оживлению этой зоны, а именно создание транспортно-логистического центра.

Итак, на Куйбышевской промышленной зоне, а именно на отдельно выделенном участке, может расположиться транспортно-логистический центр со следующими составляющими:

1. Административно-деловой центр.
2. Крытые складские помещения.
3. Открытые площадки для хранения грузов.
4. Контейнерные площадки, предназначенные для обработки большегрузных контейнеров.
5. Территория для парковки и отстоя поездов.

Заключение. В реновации промышленных зон нуждается город Омск, так как он имеет развитую промышленную структуру. Применение реновации будет способствовать сохранению и поддержанию уникальных памятников промышленной архитектуры. Сегодня в крайне запущенном состоянии находятся здания промышленных объектов, фабрик, заводов, построенных в прошлые века, но они до сих пор остаются памятниками архитектуры.

Нужно восстанавливать территории и здания исторических промышленных центров, поддерживать промышленные объекты на новом историческом этапе, что несомненно приведет к притоку денежных средств и инвесторов.

Реновация промышленных территорий позволит создать более комфортную городскую среду, развить социальную инфраструктуру и удобные общественные пространства. При реновации исторических промышленных объектов и территорий в Омске целесообразно использовать все виды полной рефункционализации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чусовитина Ю. А. Реновация промзон как модернизация городского пространства // Строительство – формирование среды жизнедеятельности: сб. тр. XX Междунар. межвуз. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых учёных. М., 2017. URL: https://elibrary.ru/ip_restricted.asp?rpage=https%3A%2F%2Felibrary%2Eru%2Fitem%2Easp%3Fid%3D29657907 (дата обращения: 27.10.2018).
2. Анализ состояния территории города Омска, проблем и направлений ее комплексного развития . URL: <http://admomsk.ru/web/guest/city/urban-planning/masterplan/analysis> (дата обращения: 27.10.2018).
3. Гуреева В. Д., Ковалевская И. С. Реновация и интеграция в городскую среду промышленных территорий и объектов // 63-я университетская науч.-техн. конф. студентов и молодых учёных. Томск, 2017. URL: https://elibrary.ru/ip_restricted.asp?rpage=https%3A%2F%2Felibrary%2Eru%2Fitem%2Easp%3Fid%3D29657907 (дата обращения: 27.10.2018).
4. 2ГИС : карты и справочники. URL: <https://2gis.ru> (дата обращения: 24.10.18).
5. Куйбышевская промышленная зона Омска // Omchanin.livejournal.com, 2017. URL: <http://omchanin.livejournal.com> (дата обращения: 25.10.18).
6. Пустующие промышленные зоны Омска // Omsk.bezformata.ru. URL: <http://omsk.bezformata.ru> (дата обращения: 26.10.18).
7. Транспортно-логистические центры // Studme.org. URL: <http://studme.org> (дата обращения: 25.10.18).
8. Мандра В. В. Анализ сущности и декомпозиция системы управления транспортно-логистическим центром // Современный научный вестник. 2016. Т. 6, № 1. С. 116–120.
9. Транспортная инфраструктура . URL: <http://www.skachatreferat.ru/referaty/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE> (дата обращения: 25.10.18).

УДК 332.145

РЕНОВАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ЗОН – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ГОРОДА ОМСКА

К. М. Лысанская, М.А. Репин, С. В. Тарута
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье рассматривается вопрос об актуальности реновации промышленных зон для городов России, в частности города Омска. Сложной проблемой в современном плане застройки города является наличие промышленных зон, преимущественно унаследованных от военно-промышленного комплекса советского периода. Промышленные зоны, в которых происходит реновация, могут получить второй шанс: возможности строительства жилых районов, коммерческих центров, развития городской инфраструктуры. Целью исследования является анализ процесса реновации, ее целесообразность и эффективность в условия урбанизированного города. Для достижения поставленной цели необходимо выполнять следующие задачи: собрать теоретический материал о реновации промышленных зон, на основе теории проанализировать Октябрьскую промышленную зону, предложить вариант реновации данной промзоны. В ходе исследования был предложен вариант жилой застройки на территории Октябрьской промышленной зоны.

Ключевые слова – реновация Омска, промышленная зона, развитие, промзона, реновация, городская инфраструктура.

I. ВВЕДЕНИЕ

В любом городе с населением более миллиона человек и большим количеством промышленных предприятий с каждым годом сложнее найти территории для жилой и коммерческой застройки, а также для создания новых производств и логистических зон. Однако почти в каждом городе можно найти пустующие территории, а именно промышленные, которые не используются уже много лет и имеют большую площадь.

Данные территории могут располагаться на окраине города, а также в центре города, так как в Советском Союзе производство и промышленность были главными градообразующими факторами во времена индустриализации и в послевоенные годы.

Сейчас бывшие зоны промышленных предприятий образуют пустые территории в обширной городской застройке. В плане города, как правило, это серые зоны, окруженные жилыми кварталами, но в то же время привлекательные территории для инвестиций, имеют градостроительный потенциал. Поэтому можно сделать следующий вывод, что реновация промышленных зон – это одно из перспективных направлений развития города.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В ходе исследования решаются следующие задачи:

1. Провести сбор теоретической информации о реновации промышленных зон.
2. Выявить преимущества и недостатки реновации промышленных зон, этапы реновации.
3. Рассмотреть Октябрьскую промышленную зону города Омска и предложить вариант реновации.
4. Сделать вывод по анализируемому материалу.

III. ТЕОРИЯ

Термин «реновация» трактуется как адаптация существующего объекта за счет изменения функционального назначения здания, сооружения, комплекса для дальнейшего использования [1].

Реновация промышленных зон имеет ряд преимуществ:

1. Комплексная застройка. Как известно, промышленные зоны занимают большую площадь. Как утверждают эксперты рынка недвижимости, большие площади позволяют застройщикам грамотно разместить все объекты строительства, а также развивать инфраструктуру.
2. Создание рабочих мест. Большие площади промышленных зон, дают возможности для создания рабочих мест, при этом недалеко от новой жилой застройки. В большинстве промышленных зон строятся бизнес-центры. Также, большой объем инфраструктуры требует большого количества сотрудников и дает дополнительные рабочие места для работников образования, здравоохранения, социальных и развлекательных услуг, работников торговли и общественного питания.

3. Налоги. В целом застройка территорий жилыми, коммерческими, промышленными объектами пополняет федеральный и региональный бюджет. Исходя из вышеназванного пункта, необходимо выделить, что создание рабочих мест гарантирует поступления НДФЛ в местный бюджет. Также последуют поступления по налогу на имущество физических лиц. Что выгодно администрации города, так как бюджет города увеличивается [2].

Омск — пример российского города с большим количеством промышленных зон. В Генеральном плане Омска 2007г. выделено семь производственных зон в границах города. Общая площадь промышленных зон в Омске составляет более 12 000 га, или почти 20 процентов территории города.

Генеральный план Омска на сегодняшний день содержит четыре основных направления реорганизации производственных территорий [5].

1. Создание условий для развития высокотехнологических производств и повышения инвестиционной привлекательности путем совершенствования инженерной и транспортной инфраструктуры.

2. Строительство объектов научно-производственной, торговой, деловой, выставочной сфер деятельности.

3. Использование высвобождаемых производственных площадей для общественного и жилищного строительства.

4. Выведение промышленных предприятий из центральной части города.

В то же время генеральный план не предусматривает конкретные мероприятия, реализация которых позволила бы реанимировать промышленные зоны. Поэтому в администрации города Омска было принято решение создать специальную рабочую группу. Это коллегиальный совещательный орган. Его задача — заниматься комплексной выработкой предложений по дальнейшему использованию и развитию промышленных территорий, вовлечению промышленных зон города Омска в инвестиционный оборот.

В состав группы вошли представители муниципальной и региональной власти, ответственные за развитие экономической политики, градостроительства и архитектуры, представители объединений оценщиков недвижимости, проектных организаций, высших учебных заведений, собственников промышленных площадок. А именно:

1. Департамент городской экономической политики, Департамент имущественных отношения и Департамент архитектуры и градостроительства Администрации города Омска.

2. Агентство развития и инвестиций Омской области.

3. Представители предприятий, которые расположены на промышленных зонах, подлежащих реновации.

4. Представители вузов: ОмГТУ (кафедра «Экономики и менеджмента», кафедра «Безопасность жизнедеятельности»), Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина (кафедра «Землеустройства», кафедра «Геодезии и дистанционного зондирования»), СибАДИ (кафедра «Недвижимость и строительный бизнес»).

5. Государственный холдинг «Ростех» в Омской области.

6. Группа компаний «ОМЭКС».

7. Институт территориального планирования «Град».

Основными задачами рабочей группы являются:

1. Информационный и экономический анализ состояния промышленных зон на территории города Омска;

2. Анкетирование собственников промышленных площадок по выявлению потребностей и планов по их наилучшему использованию;

3. Описание промышленных зон и создание паспортов;

4. Создание дополнительный слоев в ГИС с паспортом (описанием) промышленных зон;

5. Включение промышленных зон в инвестиционный паспорт города Омска;

6. Аналитика промышленной недвижимости и земли по конкретным зонам (уровень рыночных цен, арендных платежей; типы коммерческой недвижимости и сегменты, виды собственности; динамика и перспективы рынка; кадастровая стоимость и налогообложение; факторный анализ; анализ наиболее эффективного использования);

7. Выработка предложений и рекомендаций по дальнейшему использованию и развитию промышленных территорий;

8. Разработка и проектирование промышленных территорий (в том числе с реиндустириализацией существующей мощности) с привлечением региональных проектировщиков и архитекторов, а также возможностей программы Новые Лидеры Территориального Развития РАНХиГС при Президенте РФ;

9. Разработка механизмов стимулирующего воздействия с целью наиболее эффективного использования территорий и объектов через инструменты налогообложения, оптимизации арендных платежей и т.д.;

10. Привлечение департаментов инвестиций госкорпораций, холдингов, вертикально интегрированных структур к участию и софинансированию проектов реновации (реиндустириализации) в целях наиболее эффективного использования промышленных зон города Омска;

11. Анализ коммерческого потенциала резервных земель муниципалитета в краткосрочной и долгосрочной перспективе;

12. Выработка рекомендаций по внесению изменений в Генеральный план муниципального образования городской округ город Омск Омской области в рамках долгосрочного планирования развития города Омска.

Группа разделила работу на несколько этапов:

1. Информационный и экономический анализ состояния промышленных зон на территории города Омска.

2. Описание промышленных зон и создание паспортов территорий.

3. Выработка предложений и рекомендаций по дальнейшему использованию и развитию промышленных территорий с учетом мнений собственников.

4. Разработка инвестиционного паспорта объекта. Содействие в привлечении потенциальных инвесторов на готовые промышленные площадки.

В результате анализа состояния промышленных зон Омска рабочая группа установила, что около 10 процентов площадей этих территорий (1000 га) нуждаются в реновации.

Для описания промышленных зон был разработан шаблон паспорта промышленной площадки. С участием специалистов, оценщиков недвижимости паспорта территорий заполняются. В них подробно описаны объекты инфраструктуры, коммуникаций, недвижимости каждой промышленной зоны. К этой работе были привлечены учащиеся профильных высших учебных заведений.

На конец 2018г. был обследован 41 имущественный комплекс, сформирована информация по 150 промышленным объектам и 6 крупным промышленным площадкам города.

Эта информация была размещена:

— официальном сайте администрации города Омска;
— в ежегодном инвестиционном паспорте города Омска, который распространяется среди инвесторов и иностранных делегаций. Потенциальные инвесторы могли воспользоваться этой информацией, чтобы подготовить свои бизнес-планы с привязкой к конкретной территории.

— на геоинформационной платформе AREALL, используемый профессионалами рынка недвижимости.

Предложения по дальнейшему развитию обследованных территорийрабатываются в небольшой фокус-группе с участием специалистов проектных организаций, собственников площадок.

С учетом требований законодательства и мнений собственников были разработаны различные варианты дальнейшего использования площадок. Специалисты предложили два основных варианта развития промышленных зон.

Первый — снос существующих объектов и строительство новых комплексов.

Второй — приспособление промышленных объектов под выставочные центры или лофт-жилье.

Сегодня начата реализация инвестиционного проекта комплексного развития центральной части города Омска на площадке бывшего агрегатного завода. Проект объединит многоэтажные жилые дома, общественно-деловую застройку, объекты социальной инфраструктуры и прогулочную зону.

Также подготовлены планы развития территорий двух промышленных предприятий: Омского моторостроительного объединения им. П. И. Баранова и производственного объединения «Полет». На высвобождаемых территориях разместятся объекты обслуживания и мелкого производства, административные и жилые здания, культурно-досуговые объекты, организации образования и торговые точки.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Октябрьская промышленная зона находится в ОАО г. Омска на пересечении улиц Богдана Хмельницкого, 3-Транспортной и 4-Транспортной. Это достаточно выгодное положение, так как промышленную зону окружают сразу 3 магистрали. Расположение промышленной зоны представлено на рисунке 1.

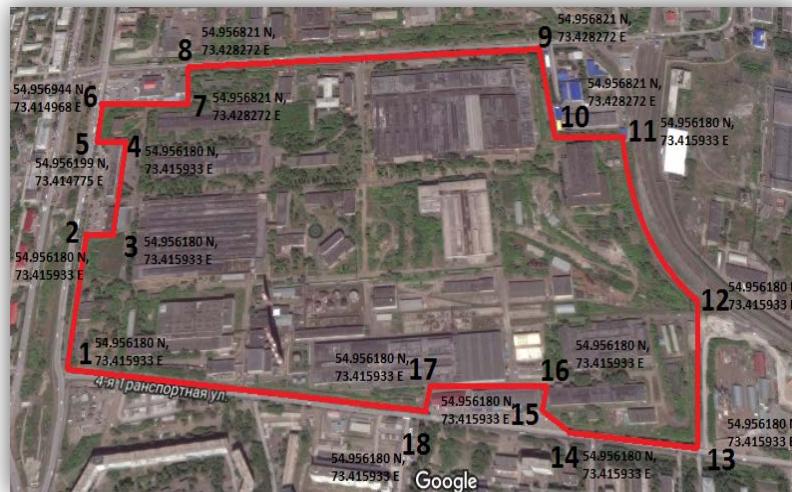


Рис. 1. Координаты Октябрьской промышленной зоны на картах Google

Рассмотрим объекты, расположенные в радиусе 2 км от промышленной зоны, которую составляют достаточно хорошую развитую инфраструктуру для жилой застройки, а именно (см. рис. 2):

1. Хозяйственные корпуса ОМО им П.И. Баранова
2. Стадион «Шинник»
3. Средняя общеобразовательная школа №39 с углубленным изучением отдельных предметов.
4. Детский сад №259 общеразвивающего вида
5. Омскпромпроект, ООО Проектный институт
6. Парк культуры и отдыха им. 30 лет ВЛКСМ
7. Жилые дома.
8. Кинотеатр «Рубин»
9. Спортивный центр «Олимпия»
10. ДК «Шинник»
11. Поликлиники

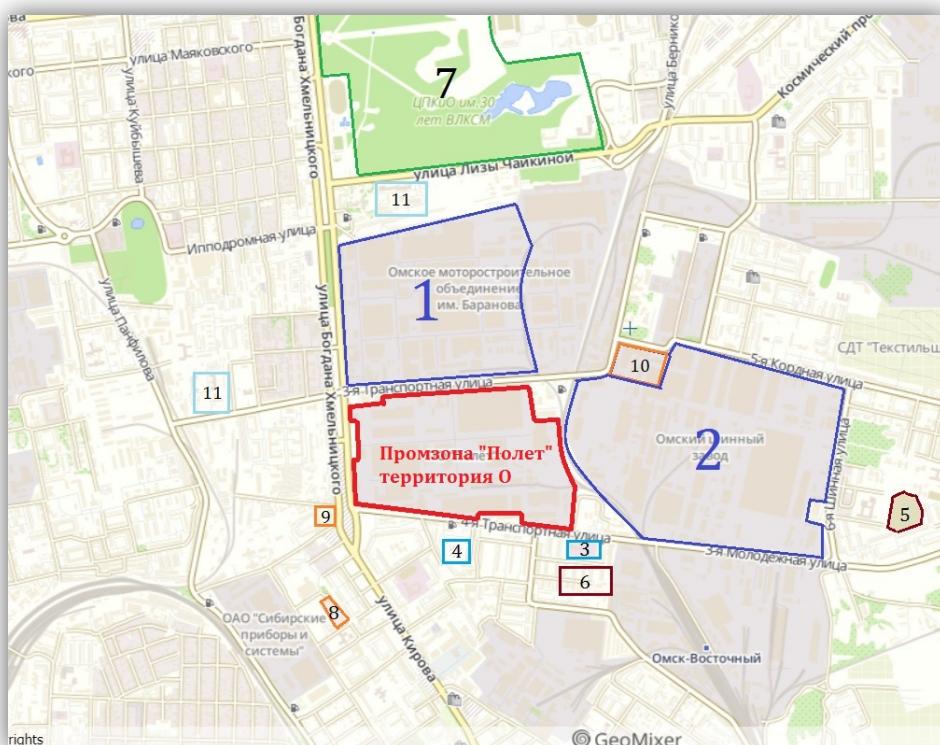


Рис. 2. Объекты, расположенные в радиусе 2 км

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведя анализ промышленной зоны и ее окружения, можно предложить следующие варианты реновации промзоны.

Особенно востребованными будут четыре направления:

1. Постройка жилых зданий класса комфорт.
2. Создание торговых комплексов по новому направлению lifestyle, а также супермаркетов и прочих торговых точек.
3. Создание зоны рекреации, прогулочных аллей, сквера с физическо-оздоровительной функцией.
4. Создание образовательного кластера под эгидой научной школы Омского Государственного Технического университета и технической базы ОМО ИМ. П.И. БАРАНОВА (филиал АО "НПЦ ГАЗОТУРБОСТРОЕНИЯ "САЛЮТ").

В промышленной зоне Октябрьская возможно разместить следующие объекты (см. рис.3):

- четыре 16-этажных дома (синий)
- шестнадцать 9-этажных домов (зеленый)
- одну 5-этажную парковку (голубой)
- детский сад (оранжевая зона)
- школу (оранжевая зона)



Рис. 3. План жилой зоны

Далее приведем расчеты площади:

1. Общая площадь промышленной зоны – 355 597 м. кв.

2. Жилая зона – 211 102 м. кв. А именно:

Образовательный кампус ~ 20 000 м. кв.,

общая площадь 9-этажного дома ~ 10 000 м. кв., 16 – этажного ~ 7 000 м. кв.

3. Общая площадь lifestyle центра ~ 80 000 м. кв.

4. Образовательный кластер научной эгиды ~ 34 495 м. кв.

Оставшуюся территорию можно использовать для строительства благоустроенного парка с зелеными насаждениями, площадь территории парка будет составлять 30 000 кв. М

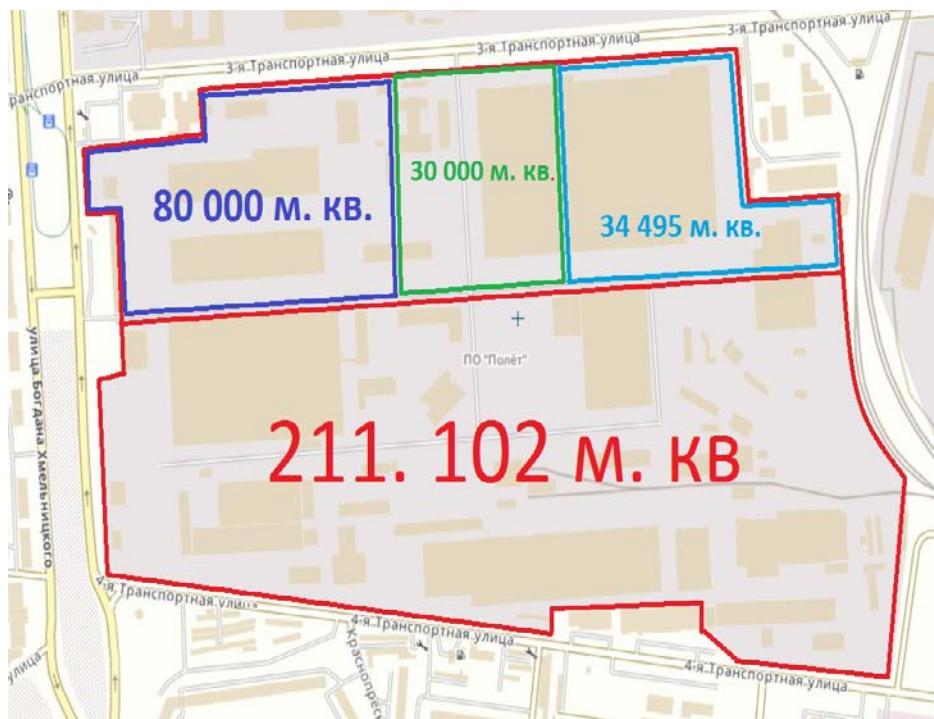


Рис. 4. План промышленной зоны

Таким образом, вместо заброшенных и практически не функционирующих промышленных территорий будут возникать новые точки развития, и создаваться благоустроенная городская среда в рамках программы «Комфортная городская среда».

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам анализа промышленных зон Омска установлено, что повышение эффективности их использования – это дополнительные резервы для создания новых производств, жилищного строительства, озеленения и благоустройства. По некоторым промышленным зонам уже имеется достаточно подробная информация, сформированы паспорта объектов.

Возможных вариантов использования промзон существует немало. Это может быть полный снос существующих объектов и строительство новых комплексов, приспособление промышленных объектов под выставочные центры или лофт-жилье, создание инновационных центров и технопарков. В данной работе была рассмотрела Октябрьская промышленная зона, предложен вариант реновации, в виде застройки жилым комплексом. Задачи исследования выполнены.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дрожжин Р. А. Реновация промышленных территорий // Вестник Сибирского государственного индустриального университета. 2017. № 1 (11). С. 84–86.
2. Цитман Т. О., Богатырева А. В. Реновация промышленной территории в структуре городской среды // Инженерно-строительный вестник Прикаспия. 2018. № 4 (14). С. 29–35.
3. Areall : продвижение недвижимости. URL: <http://www.areall.ru> (дата обращения: 31.10.18).
4. Google : карты и справочники. URL: <https://2gis.ru> (дата обращения: 31.10.18).
5. Пустующие промышленные зоны Омска // Omsk.bezformata.ru. URL: <http://omsk.bezformata.ru/listnews/omska-stanut-ploshadkami-dlya/39976855/> (дата обращения: 31.10.18).

СЕКЦИЯ 2.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

УДК 338.242

ТОКСИЧНЫЙ ПЕРСОНАЛ: СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

В. М. Федоров, Н. А. Кулик
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В данной статье рассматривается проблема управления токсичным персоналом. Особое внимание уделено существующим современным классификациям токсичных сотрудников. Выделяются и описываются основные поведенческие атрибуты токсичного персонала. Основное содержание исследования составляет анализ механизма «детоксикации» токсичных сотрудников, связанный с внедрением программы формирования эффективной интегральной организационной культуры организации.

Ключевые слова – токсичный персонал, организационная культура, программа, управление.

I. ВВЕДЕНИЕ

Одной из основных проблем организационного поведения и управления персоналом организации является присутствие и активное воздействие токсичного (демонстрирующего контрпродуктивное и неэтичное профессиональное поведение, нарушающего сложившиеся нормы и правила, негативно влияющего на доминирующую организационную культуру) персонала на внутреннюю организационную среду

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В качестве исследовательской задачи авторами была определена попытка определения сущности и особенностей управления токсичным персоналом, оценки степени воздействия токсичного персонала на внутриорганизационные процессы.

III. ТЕОРИЯ

Впервые понятие «токсичный персонал» используется в статьях американских исследователей М. Хаусмана и Д. Майнара. Авторы характеризуют токсичных сотрудников как «вредителей рабочего процесса, заражающих негативом окружение, снижающие производительность труда и повышающие организационные издержки» [1]. М. Гатти и А.Э. Федорова относят к токсичному персоналу – сотрудников, которые не стараются вести себя этично по отношению к коллегам, а выстраивают взаимоотношения с коллективом на личностных предпочтениях, используя при этом незаконные способы манипулирования [2, с. 50]. По мнению И.А. Эсауловой и Н.И. Нагибиной, к основным поведенческим атрибутам токсичного персонала можно отнести: общее негативное отношение к работе в организации, нежелание брать на себя ответственность, эгоизм и самоуверенность, конфронтация, саботаж и неповиновение, использование рабочего времени в личных целях [3, с. 59-60]. Данный перечень поведенческих индикаторов не является исчерпывающим. Для более комплексного понимания особенностей токсичного персонала дополним отмеченные атрибуты такими характеристиками как: агрессивность и психологическая нестабильность сотрудников, отсутствие самомотивации, нелояльность по отношению к трудовому коллективу, профессиональная некомпетентность, абысентизм без уважительной причины и иррациональные модели убеждений. В этом русле интересны результаты исследования А.П. Андруника, который установил, что основной причиной девиантного поведения сотрудников на рабочем месте является элементарная невоспитанность и социально-культурная незрелость [4].

В рамках предмета нашего исследования особый интерес представляют существующие классификации токсичного персонала. А. Каваиола и Н. Лавендер выделяют следующие виды токсичных сотрудников: нарцисс-победитель; истерик; антисоциальная личность; перфекционист (обсессивная личность); зависимая личность; пассивно-агрессивная личность; замкнутая личность; шизоид; парапоидальная личность [5]. Данные исследователи указывают, что большинству расстройств личности присущ определённый перечень симптомов. Среди них одним из главных является неспособность эффективно взаимодействовать с другими. И.Н. Андреева отмечает, что когда в организации возникают проблемы, то именно дисфункциональные сотрудники оказываются в центре конфликта: строчат докладные записки, сплетничают, на кого-то злятся и

кому-то беспрерывно жалуются. У токсичных сотрудников существуют жёсткие, иррациональные, «принципиальные» убеждения о мире и людях в нём [6].

Рой Х. Лубит разделяет токсичных сотрудников на: нарциссические; неэтичные; агрессивные; ригидные; страдающие расстройствами психики [7].

Генеральный директор рекрутинговой компании Hays в России А. Штейнгардт приводит следующую классификацию дисфункциональных токсичных сотрудников: «любитель баррикад»; нытик; вездесущий Джо; эгоист; «царь» [8].

Соучредитель компании TalentSmart Трэвис Брэдберри предлагает сотрудников, заражающих негативом, разделять на: сплетников; темпераментных; жертв; эгоцентричных; завистливых; манипуляторов; дементоров; испорченных; осуждающих и высокомерных [9].

Приведенные классификации позволяют конкретизировать основные черты токсичных сотрудников: абсентеизм совместно со сниженным уровнем самомотивации, преобладание чувственных начал над рациональными, пассивность, безынициативность, шаблонность и сниженнный уровень самокритики.

Таким образом, можно констатировать: влияние токсичного персонала всегда негативно и выражается в нарастании напряжения, ухудшении социально-психологического климата в коллективе, появлении групп влияния (деструктивных локальных субкультур), повышении конфликтности и снижении общей производительности труда.

Существуют различные подходы к решению проблем токсичного персонала: от самых радикальных (увольнение токсичных сотрудников) до достаточно нейтральных (периодическая оценка результатов работы) [10-12]. По нашему мнению, наиболее действенным механизмом «детоксикации» токсичных сотрудников является формирование интегральной эффективной организационной культуры.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Организационная культура является основополагающим средством эффективного управления и выявления потенциала членов организационной системы. Организационные основы и правила включают в себя требования к работникам, ключевые характеристики отношений между сотрудниками, своей причастности к принимаемым решениям. Программа формирования эффективной организационной культуры организации должна включать в себя следующие мероприятия: формирование системы нестандартной мотивации; введение рациональной системы культурной адаптации новых сотрудников; постоянное проведение мероприятий для развития и укрепления сплоченности коллектива.

➤ Формирование системы нестандартной мотивации

Эффективная мотивация сотрудников организации является предпосылкой для успешной деятельности и образования консолидированного коллектива, возможностью для предотвращения напряжённости и несправедливости во взаимодействии субкультур. С этой целью необходимо принимать во внимание механизмы нестандартной мотивации, используя их с наивысшей отдачей. Основными целями формирования системы нестандартной мотивации являются: стимулирование за высокоэффективную деятельность сотрудников, направленную на выполнение целей организации; предоставление работникам социальных гарантий, направленных на повышение уровня лояльности; повышение уровня удовлетворённости сотрудников трудом.

В качестве механизмов совершенствования системы нестандартной мотивации сотрудников организации авторы предлагают:

- создание единого коммуникационного поля;
- формирование профессионального кадрового управленческого резерва и интенсивная ротация кадров;
- предоставление сотруднику возможности роста, творчества, ответственности и самоактуализации, включения в его обязанности некоторых функций планирования и контроля, обеспечение разнообразия умений и навыков;
- усиление обратной связи.

➤ Введение рациональной системы культурной адаптации новых сотрудников

Культурная адаптация предусматривает приспособление нового сотрудника (адаптанта) к культурным нормам и регламентам действий, признанным в коллективе, формирование таких взаимоотношений совместной работы, которые в наибольшей степени создают условия для высокоэффективной деятельности. Рациональная система культурной адаптации является процессом и следствием освоения и принятия адаптантом сущностного содержания организационной культуры организации.

Введение рациональной системы культурной адаптации новых сотрудников позволит:

- уменьшить расходы за счет форсированного вхождения адаптанта в должность и достижения запланированной результативности;
- сократить текучесть персонала путем уменьшения числа работников, не прошедших испытательный срок.

В связи с этим основными действиями руководства организации в рамках рациональной системы культурной адаптации новых сотрудников, должны быть следующие:

- проведение адаптационного тренинга;
- организация и проведение многофункциональных мероприятий по культурной адаптации;
- получение обратной связи со стороны адаптанта после окончания адаптационного периода;
- постоянная оценка системы рациональной культурной адаптации и анализ действенности адаптационных инструментов и системы в целом.

Результатом реализации данных мероприятий будет полностью освоенные сотрудником знания, представления, принципы и правила, дающие возможность ему работать в качестве равноправного члена организации.

➤ Регулярное проведение мероприятий для развития и укрепления сплочённости коллектива организации

Монолитность и единство членов организации определяется согласованностью целей, развитием внутригрупповых связей и социально-позитивной плодотворной работой. Сплочённость фиксирует тот факт, что существующая структура коллектива не только приемлема, но и организована наилучшим образом, а также достигнут особый уровень развития взаимоотношений. Более того, социально-экономическая эффективность трудовой деятельности находится в непосредственной связи от степени сплочённости трудового коллектива.

Для повышения уровня стабильности и сплочённости трудового коллектива авторы предлагают следующую совокупность процедур:

1. увеличение уровня обоснованности принятия рациональных административных решений, исследование внутриорганизационных механизмов, оказывающих влияние на эффективность управления;
2. создание единых морально-этических норм организации на основании исследования условий совместной работы и совершенствования условий труда;
3. организация тимбилдинга;
4. организация новых традиций организации для встречи и приёма сотрудников;
5. организация института наставничества и усиление неформальных отношений в коллективе.

V. Выводы и заключение

Предполагается, что данные мероприятия должны стать основным инструментом нивелирования проявления действий токсичных сотрудников и способом эффективного организационного управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Housman M., Minor D. Toxic Workers // Harvard Business School. 2015. Working Paper 16-057.
2. Гатти М., Федорова, А.Э. Токсические элементы корпоративных социально-трудовых отношений: рабочее место, руководство и персонал // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. 2014. № 2. С. 46–51.
3. Эсаулова И. А., Нагибина Н. И. «Токсичный» персонал: проблемы и методы управления // Управленец. 2017. № 5 (69). С. 58–71.
4. Андруник А. П. Превентивная кадровая политика и эффективное управление персоналом: моногр. Пермь: Изд-во «Аборигены», 2011. 338 с.
5. Каваиола А., Лавендер Н. Ядовитые сотрудники: коллеги, которые отправляют нам жизнь. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 272 с.
6. Андреева И. Н. Как взаимодействовать с трудными сотрудниками или «Привет истерику от параноика!» // Кадровая служба. 2008. № 10. С. 127–138.
7. Roy H. Lubit “Coping with Toxic Managers, Subordinates... and Other Difficult People”. USA: Prentice Hall, 2004. 368 р.
8. Ведомости : офиц. сайт. URL: <https://www.vedomosti.ru/management/blogs/2017/06/14/694267-toksichnie-sotrudniki> (дата обращения: 01.10.2018).
9. Талентсмарт : офиц. сайт. URL: <http://www.talentsmart.com/articles/10-Toxic-People-You-Should-Avoid-Like-the-Plague-1858605350-p-1.html> (дата обращения: 01.10.2018).
10. Too L., Harvey M. Toxic workplaces: The negative interface between the physical and social environments // Journal of Corporate Real Estate. 2012. Vol. 14 (3). P. 171–181.
11. Битюкова Н. В. Преодоление практик «токсичного» поведения сотрудников в организации как аспект гуманизации труда // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Экономика и управление. 2016. № 2. С. 65–68.
12. Битюкова Н. В. О некоторых аспектах влияния «токсичности» работников на результативность труда // Управление персоналом в программах подготовки менеджеров: сб. материалов Междунар. науч.-практ. семинара (двенадцатое ежегодное заседание). Воронеж, 2015. С. 15–18.

УДК 338.46

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

О. Ю. Шевченко, В. С. Бакулева, А. В. Кутышева
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье определена взаимосвязь сервисизации экономики и малого бизнеса, подтверждена значимость состояния малого бизнеса для экономики страны, проведен анализ основных показателей, характеризующих развитие этой сферы предпринимательства в Омской и Новосибирской областях, дана оценка динамики числа малых предприятий, среднесписочной численности их работников и выручки, определено состояние малого бизнеса в регионах в период выхода из кризиса.

Ключевые слова – малый бизнес, кризис, среднесписочная численность, выручка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Развитие общества, усиление его ориентации на более полное удовлетворение потребностей граждан, находит отражение в сервисизации экономики. Она, в свою очередь, влечет за собой развитие инфраструктуры, функционирование которой нацелено, с одной стороны, на удовлетворение потребностей конкретных людей (начиная с бытового обслуживания и заканчивая здравоохранением, образованием и другими социально значимыми сферами жизни людей), а с другой стороны, на удовлетворение потребностей производителей товаров, работ, услуг.

Обратной стороной сервисизации является процесс увеличения числа субъектов малого предпринимательства и расширения сферы их деятельности.

В развитых странах ЕС, США, в Японии, Южной Корее в этой сфере трудится от 60 до 80% населения, от 70 до 90% предприятий составляют именно малые предприятия, и до 50% ВВП производят именно они. В силу важности роли субъектов малого предпринимательства в экономике различные аспекты их функционирования в своих работах рассматривали Г.Берл, М. Э.Гербер, В.А.Швандар [5], Клэр М [1] и другие экономисты.

В нашей стране в 2007 году был принят Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [3], в каждом регионе разрабатываются стратегии поддержки этой сферы предпринимательства, много сделано для создания инфраструктуры, обеспечивающей имущественную, финансовую, информационную, юридическую, консультативную, налоговую и иные виды поддержки. Но пока доля малого бизнеса в ВВП составляет только 22,5%, именно поэтому В.В. Путин поставил задачу Правительству и Минэкономразвития – обеспечить выход на 40% ВВП доли малых предприятий в 2024 году.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В силу значимости вклада малого бизнеса исследование состояния этой сферы предпринимательства является актуальной. Для анализа будем использовать данные Росстата по Омской и Новосибирской областям [2]. В предыдущих исследованиях нами было определено [4], что на 2010 год эти регионы были близки не только географически, но и по вкладу в экономику страны, причем малый бизнес в Омской области развивался более динамично. Проведем оценку состояния малого бизнеса в этих регионах в кризисном 2014 году и в период выхода из него. В работе будем использовать методы вертикального и горизонтального анализа.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Начнем с анализа динамики общих показателей, характеризующих сферу малого предпринимательства и экономику региона в целом.

ТАБЛИЦА 1
ДИНАМИКА ОБЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Показатели	2014 год	2015 год	Темп роста, %
1	2	3	4
1. Число малых предприятий, тыс.			
Новосибирская область	76,5	78,7	102,9
Омская область	30,6	27,3	89,2
2. Число малых предприятий на 1000 чел.			
Новосибирская область	278,0	284,9	102,5
Омская область	155,0	138,0	89,0
3. Среднесписочная численность занятых в малых предприятиях, тыс. чел.			
Новосибирская область	316,0	324,0	102,5
Омская область	158,0	165,0	104,4
4. Удельный вес совместителей в общей численности занятых на малых предприятиях, %			
Новосибирская область	8,0	9,1	-
Омская область	9,3	22	-
5. Удельный вес работающих в малых предприятиях общей численности занятых, %			
Новосибирская область	15,4	21,6	-
Омская область	15,6	13,9	-
6. Выручка малых предприятий, млн. руб.			
Новосибирская область	683,3	1321,9	193,5
Омская область	401,7	411,2	102,4
7. Валовой региональный продукт, млн. руб.			
Новосибирская область	911219,0	980850,5	107,6
Омская область	602605,1	617184,4	102,4
8. Выручка малых предприятий на душу населения, руб.			
Новосибирская область	248,1	477,3	192,3
Омская область	203,1	208,2	102,5
9. ВРП на душу населения, руб.			
Новосибирская область	300,5	356,1	118,5
Омская область	279,5	311,9	111,5

В 2015 году число малых предприятий в Новосибирской области выросло на 2,9% и составило 78,7 тысяч субъектов, в то время как в Омской области оно сократилось на 10,8% и составило 27,3 тысяч субъектов. В абсолютном выражении сравнивать количество малых предприятий в регионах с разной численностью населения будет некорректно, поэтому оптимальным показателем в этом случае будет число малых предприятий на 1000 человек. В Новосибирской области их число с 278 субъектов возросло на 6,3, а в Омской области с 155 сократилось на 17 субъектов.

Среднесписочная численность занятых на малых предприятиях увеличилась в обеих областях. Причем в Омской области на 4,4%, а в Новосибирской на 2,5, но при этом число совместителей в Новосибирской области возросло на 1,1%, а в Омской на 12,7%. Соответственно, удельный вес совместителей в первом регионе составил 9,1%, а во втором – 22%.

Удельный вес работающих в малых предприятиях в общей численности занятых в регионе на начальном этапе анализа почти совпадал, но потом в Новосибирской области возрос и составил 21,6%, а в Омской области сократился и составил 13,9%.

Выручка малых предприятий в первом регионе выросла почти в два раза и составила 1321,9 млн. руб., притом, что ВРП региона вырос всего на 7,6%. Во втором регионе и выручка малых предприятий, и ВРП возросли немного более чем на 2%. Соответственно, выручка малых предприятий на душу населения в Новосибирской области увеличилась почти в два раза и составила 477,3 руб., а в Омской области увеличилась на 2,5% и составила 208,2 руб., притом, что ВРП на душу населения в первом регионе увеличился на 18,5% и составил 356,1 руб., а во втором увеличился на 11,5% и составил 311,9 руб.

Далее проведем анализ динамики показателей развития отраслей с наибольшим присутствием малых предприятий. Направление, объединившее в себе оптовую и розничную торговлю; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования в дальнейшем будем называть «Торговлей и ремонтом». Сначала дадим оценку динамики числа малых предприятий в целом и по отраслям.

ТАБЛИЦА 2
ДИНАМИКА ЧИСЛА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Показатели	2014 год		2015 год		Темпы роста, %
	Тыс.	Уд. вес, %	Тыс.	Уд. вес, %	
1	2	3	4	5	6
1. Число малых предприятий					
Новосибирская область	76,5	100	78,7	100	102,9
Омская область	30,6	100	27,3	100	89,2
2. Обрабатывающее производство					
Новосибирская область	7,1	9,3	7,2	9,1	101,4
Омская область	2,8	9,2	2,5	9,2	89,3
3. Строительство					
Новосибирская область	7,8	10,2	8,3	10,5	106,4
Омская область	3,7	12,1	3,3	12,1	89,2
4. Торговля и ремонт					
Новосибирская область	32,8	42,9	31,7	40,3	96,6
Омская область	11,0	35,9	9,7	35,5	88,2
5. Транспорт, связь					
Новосибирская область	9,7	7,04	9,9	7,64	102,2
Омская область	3,7	7,42	3,6	7,49	97,9
6. Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг					
Новосибирская область	2,6116	19,0	2,7	20,4	103,3
Омская область	10,2	20,8	10,9	20,84	101,3

Притом, что число малых предприятий в Новосибирской области возросло на 2,9%, число субъектов в обрабатывающем производстве увеличилось на 1,4%, в строительстве – на 6,4%, в торговле и ремонте сократилось на 3,4%, в транспорте и связи возросло на 2,2%, в сфере операций с недвижимостью возросло на 3,3%. В Омской области число малых предприятий сократилось на 10,8%, причем по отраслям темп сокращения составляет от 3 до 11,8%, но в сфере недвижимости имеет место прирост на 1,3%.

Отраслевая структура в обоих регионах характеризуется преобладанием торговли и ремонта – социально значимыми видами деятельности, позволяющими малым предприятиям выжить в кризисное время, но если в Омской области структура не меняется, то в Новосибирской области удельный вес торговли и ремонта сокращается за счет расширения деятельности в других отраслях.

Далее проанализируем динамику среднесписочной численности занятых в малых предприятиях в целом и по видам деятельности.

ТАБЛИЦА 3
ДИНАМИКА СРЕДНЕСПИСОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТЫХ В МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Показатели	2014 год		2015 год		Темпы роста, %
	Тыс. чел.	Уд. вес, %	Тыс. чел.	Уд. вес, %	
1	2	3	4	5	6
1. Среднесписочная численность занятых в малых предприятиях (без совместителей)					
Новосибирская область	290,9	100	294,3	100	101,2
Омская область	147,0	100	129,5	100	104,4
2. Обрабатывающее производство					
Новосибирская область	47,9	16,5	48,1	16,3	100,4
Омская область	22,9	15,6	20,1	15,5	87,8
3. Строительство					
Новосибирская область	28,3	9,7	31,2	10,6	110,2
Омская область	18,3	12,5	15,5	12,0	84,7
4. Торговля и ремонт					
Новосибирская область	88,3	30,3	89,5	30,4	101,4
Омская область	35,3	24,0	30,3	28,4	85,8

5.Транспорт, связь					
Новосибирская область	48,9	16,8	49,9	17,1	102,4
Омская область	20,1	13,6	12,5	9,6	62,4
6.Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг					
Новосибирская область	29,7	10,2	36,6	12,4	123,3
Омская область	17,8	12,1	22,6	17,5	126,8

Среднесписочная численность занятых в малых предприятиях в обоих регионах возросла: в первом регионе – на 1,2%, во втором – на 4,4%. В Новосибирской области численность в обрабатывающем производстве не изменилась, в транспорте и связи возросла на 2,4%, в торговле и ремонте – на 1,4%, в строительстве – на 10,2%, в сфере недвижимости возросла на 23%. В Омской области произошло сокращение численности почти во всех анализируемых отраслях на 13-15%, в транспорте – на 47,2% из-за проводимого в регионе реформирования отрасли, ущемляющего интересы субъектов, работающих в этой сфере. Численность работающих в сфере недвижимости возросла на 26,8%.

Отраслевая структура в обоих регионах так же характеризуется преобладанием торговли и ремонта, причем в Омской области их доля возрастает до 28,4%. Существенные изменения имели место в сфере операций с недвижимостью: в Новосибирской области удельный вес этой отрасли возрос с 10,2% до 12,4%, в Омской области с 12,1% до 17,5%. Удельный вес работников малых предприятий, функционирующих в сфере транспорта и связи, в Новосибирской области возрос с 16,8 до 17,1%, в Омской области сократился с 13,6 до 9,6%.

Далее проанализируем динамику выручки от реализации малых предприятий.

ТАБЛИЦА 4
ДИНАМИКА ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Показатели	2014 год		2015 год		Темпы роста, %
	Млн. руб.	Уд. вес, %	Млн. руб.	Уд. вес, %	
1	2	3	4	5	6
1. Выручка малых предприятий					
Новосибирская область	683,3	100	1321,9	100	193,5
Омская область	401,7	100	411,2	100	102,4
2. Обрабатывающее производство					
Новосибирская область	75,5	11,1	118,6	8,9	157,1
Омская область	39,0	9,7	42,8	10,4	109,7
3.Строительство					
Новосибирская область	38,7	5,7	161,1	12,2	416,3
Омская область	35,8	8,9	56,2	13,7	156,9
4. Торговля и ремонт					
Новосибирская область	401,5	58,8	774,4	58,6	192,9
Омская область	262,5	65,3	221,9	53,9	84,5
5 .Транспорт, связь					
Новосибирская область	225,1	17,6	292,2	20,3	129,7
Омская область	45,3	8,5	61,0	11,4	135,5
6. Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг					
Новосибирская область	54,1	4,2	50,1	3,4	92,5
Омская область	17,0	3,2	15,4	2,8	88,2

Выручка малых предприятий в обоих регионах выросла, но динамика роста разная: в первом регионе она выросла на 93,5%, а во втором – на 2,4%. В Новосибирской области в обрабатывающем производстве выручка увеличилась на 57,1%, в то время как в Омской – на 9,7%. В торговле и ремонте в Новосибирской области выручка увеличилась на 92,9%, в Омской – сократилась на 15,5%. В строительстве выручка увеличилась в Новосибирской области на 316,3%, в Омской – на 56,9%. Рост выручки в транспорте и связи в обоих регионах связан с ростом стоимости услуг и инфляционными процессами. А вот выручка в сфере недвижимости сократилась: в Новосибирской области на 7,5% и в Омской на 11,8%.

Анализ выручки с отраслевой точки зрения в Новосибирской области показал неизменность удельного веса (58%) торговли и ремонта, сокращение удельного веса обрабатывающего производства с 11,1% до 8,9%, рост на 6,5% до 12,2% доли строительства, рост с 17,6% до 20,3% доли транспорта и связи, доля

операций с недвижимостью сократилась с 4,2 до 3,4%. В Омской области сокращается удельный вес торговли на 11,4% до 53,9%, увеличивается удельный вес строительства на 4,8% до 13,7%, обрабатывающего производства – на 0,7 до 10,4%, транспорта и связи с 8,5% до 11,4%, доля операций с недвижимостью сократилась с 3,2 до 2,8%.

IV. ВЫВОДЫ И ПРЕЛОЖЕНИЯ

Проведенные нами ранее исследования отражали более активное развитие в 2010 - 2014 годах малого бизнеса в Омской области. Кризис сказался на анализируемых регионах по-разному, и выходят они из него по-разному. Анализ данных по Новосибирской области отражает расширение деятельности малого бизнеса по всем показателям, причем оживление малого бизнеса происходит более активно, чем даже в целом экономики региона. При сокращении числа субъектов малого бизнеса в сфере торговле и ремонта темпы роста их выручки таковы, что можно говорить о повышение эффективности их деятельности. В целом имеет место активизация материальной сферы производства. Падение выручки предприятий, осуществляющих операции с недвижимостью, связано с некоторым падением цен на недвижимость, но рост числа предприятий этой сферы и численности их работников отражает оживление и в этой сфере предпринимательства. Таким образом, можно констатировать активный выход сферы малого предпринимательства и экономики региона из кризиса.

Оздоровление экономика Омской области происходит медленней и сопряжено с большими трудностями, среди основных надо отметить больший размер дефицита бюджета, перемещение наиболее значимых налогоплательщиков и отток наиболее трудоспособного населения за пределы региона, проведение реформирования транспорта, ущемляющего интересы перевозчиков. Число малых предприятий и численность работающих в них сокращаются. Численность и доля совместителей в численности работающих отражают поиск гражданами дополнительных заработков и оптимизацию расходов на предприятиях. Темпы роста выручки по отраслям таковы, что их в значительной степени можно связать со спецификой проявлениями инфляции в конкретных видах деятельности. Прирост числа предприятий и их численности в сфере недвижимости связан в том числе с отъездом жителей в другие регионы.

Надо сказать, что в обоих регионах обращает на себя внимание незначительный удельный вес численности работающих в сфере малого бизнеса. Притом, что в развитых странах он составляет от 60 до 80%, в Новосибирской области он был 15,4% в 2014 году и вырос до 21% в 2015 году. В Омской области он составлял 15,6% и сократился до 13,9%.

В целом проведенный анализ показал, что в силу экономической мощи у Новосибирской области больший запас прочности, поэтому кризис в регионе преодолен, и началось оживление экономики. Омская область из застоя на конец анализируемого периода не вышла.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лейч К. М., Волери Т. Предпринимательская ориентация: обзор и синтез перспективных направлений исследований // International Small Business Journal. 2017. Т. 35, вып. 2. URL: <http://journals.sagepub.com/home/ib>.
2. Россия в цифрах 2017 : крат. стат. сб. М.: Росстат, 2017. 511с. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641/
3. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. 26.07.2017 г.). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbcdc9a360ad1dc314150a6328886703356/.
4. Шевченко О. Ю. Сравнительный анализ развития малого бизнеса в Омской и Новосибирской областях // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы: материалы IV межвуз. науч.-практ. конф. / ОмГТУ. Омск, 2018 С. 50–54. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35151374_82793710.pdf.
5. Чихарева И. А. Влияние кризиса на развитие малого бизнеса и государственная поддержка малого бизнеса в условиях рыночной нестабильности // Актуальные проблемы социальной коммуникации: материалы I Междунар. науч.-практ. конф. / НГТУ. Н. Новгород, 2018. С. 349–351. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23586634>.

УДК 658.5

ERP-СИСТЕМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В. П. Чижик, М. Д. Косицкая
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В последние годы ERP-система стала популярным программным продуктом для управления предприятием. В данной статье проведен анализ статистики внедрения систем ERP в российских организациях, составлена сводная таблица эффекта от внедрения автоматизированных систем, полученного на десяти предприятиях России. Результаты анализа позволили сделать вывод о том, что эффект от внедрения ERP-систем в исследуемых организациях существенно отличается, однако, в той или иной мере он получен каждой компанией. Причиной различного уровня эффективности внедрения ERP-систем является, как правило, низкий уровень участия менеджеров в процессе их внедрения. Для активизации процесса внедрения автоматизированных систем управления необходимо повышать уровень осведомленности менеджеров о видах, функциях, возможностях и условиях внедрения ERP-систем.

Ключевые слова – ERP-система; комплексная автоматизация предприятия; бизнес-процесс; управление ресурсами предприятия; экономическая эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

В эпоху стремительно развивающихся технологий еще остаются организации, которые относятся к нововведениям критично. Чаще всего владельцы предприятия боятся что-то менять в работе организации, жертвуя свои время и силы на внедрение новых технологий, а тем более на автоматизацию бизнес-процессов. Такие руководители скептически относятся к ERP-системам. Большинство компаний приходят к внедрению автоматизированных систем под давлением жизненных обстоятельств. Особенно это касается средних и крупных предприятий, которые имеют сложную структуру управления и множество территориально удаленных подразделений. На таких предприятиях наблюдается воровство продукции сотрудниками, несовпадение данных или сложность получения отчетности. Но наиболее весомая причина для перехода к комплексной автоматизации – это внешнее давление развивающегося рынка. Объектом исследования являются российские предприятия, использующие ERP-системы. Предметом исследования является анализ показателей экономической эффективности предприятия после внедрения ERP-систем.

Содержание работы основано на изучении трудов таких отечественных и зарубежных специалистов как: Л. Эрик, В. Кале, О'Лири, С. Питеркин, Г. Гленн, Д. В. Исаев, В. А. Титов, А. А. Григорьев, Н. С. Графова, Е. Ю. Бондарева и др.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью для данной статьи является анализ результатов внедрения ERP-систем на российских предприятиях.

Для достижения поставленной цели, выявлены следующие задачи работы:

1. Изучить теоретические основы комплексной автоматизации.
2. Изучить имеющуюся на данный момент статистику использования систем ERP.
3. Провести анализ результатов внедрения ERP-систем на российских предприятиях.
4. Сделать выводы об эффективности использования ERP-систем.
5. Предложить рекомендации по активизации процессов внедрения ERP-систем в России.

III. ТЕОРИЯ

Путь организации к комплексной автоматизации всех бизнес-процессов на базе единой информационной системы, как правило, проходит через так называемую «лоскутную» автоматизацию, при которой разные бизнес-процессы автоматизированы с помощью несвязанных между собой программных продуктов. «Лоскутная» автоматизация, в свою очередь, использует совместно с электронными таблицами бумажные носители, с которых начинается развитие любого бизнеса.

Использование множества локальных программ на предприятии приводит к многократному вводу одной и той же информации, что, в свою очередь, часто приводит к ошибкам и искажению отчетности.

Комплексная автоматизация всей организации осуществляется на базе ERP-систем (Enterprise Resource Planning – Управление ресурсами предприятия), которые представляют собой корпоративную информационную систему, предназначенную для автоматизации учёта и управления предприятия. Система

дает возможность организовать единую базу данных, содержащую всю бизнес-информацию, и обеспечивает параллельный доступ к ней работников организации [1].

ERP-системы – это компьютерные системы, созданные для обработки деловых операций организации и для содействия комплексному и оперативному планированию, производству и обслуживанию клиентов [2, с. 30]; в более общем контексте – методология эффективного планирования и управления всеми ресурсами предприятия, которые необходимы для производства, закупки, отгрузки и учета в процессе выполнения заказов клиентов в сфере производства и оказания услуг [3, с. 183].

ERP-системы имеют следующие характеристики [2, с. 30]:

- это готовое ПО, разработанное для среды клиент-сервер;
- интегрируют большинство бизнес-процессов;
- обрабатывают большую часть деловых операций организации;
- используют базу данных всего предприятия;
- обеспечивают доступ к данным в режиме реального времени.

Достижения в области технологии и улучшения возможностей Интернета позволили ERP-системам стать более жизнеспособными. ERP-системы помогают организациям оперативно удовлетворять изменяющиеся потребности клиентов, потому что они [4]:

- динамически реконфигурируемы в структуре;
- позволяют интегрировать все бизнес-процессы;
- быстро реагируют на запрос;
- объединяют все подразделения предприятия.

ERP-системы развиваются по пути увеличения функциональности систем и бывают трех уровней (рис. 1). В статье рассматривается ERP-системы первого уровня (ERP-I) [5].



Рис. 1 – Уровни развития ERP-систем.

Рост количества предприятий, решившихся на внедрение таких систем, зачастую обусловлен значительными преимуществами. К таким преимуществам эксперты чаще всего относят сокращение времени выполнения заказов клиентов, лучшее управление оборотными средствами за счет уменьшения уровня запасов, повышение точности управления запасами, оптимизация производственных операций, лучшее планирование закупок материалов, увеличение точности прогнозирования, улучшение документооборота и т.д. [3, с. 183].

IV. Результаты экспериментов.

Для достижения поставленной цели был проведен анализ отчетов аналитических агентств, таких как TAdviser, Panorama Consulting и Софтэксперт.

Также был проведен анализ пресс-релизов, отчетов и публикаций компаний, которые являются интеграторами ERP-систем. В ходе исследования было найдено 392 предприятия, на которых была проведена комплексная автоматизация на базе ERP-системы. Очевидно, что таких предприятий гораздо

больше, но не все готовы делиться информацией в открытых источниках. Из данного списка для анализа были выбраны десять предприятия из разных отраслей и разного размера, информация о которых была наиболее полной.

Собственные наблюдения и специальные исследования использования систем ERP показали, что рынок ERP-систем является самым быстрорастущим из рынков ПО как в мире, так и в России. С каждым годом доля организаций использующих ERP-системы увеличивается. Так, по данным Росстата, в общем числе в России доля организаций, использующих ERP-системы, за 2016 год составила 10,7 %, а в Омской области этот показатель составил 7,5 %, что больше на 1,4 % по сравнению с предыдущим годом [6]. База аналитического агентства TAdviser на октябрь 2017 года содержит данные о 8 900 ERP-проектах. Больше всего, а именно 2 780 внедрений, приходится на решение «1С: Предприятие». В число лидеров также входят системы «Галактика ERP», SAP ERP, Microsoft Dynamics AX и Компас [7].

ERP-система является дорогостоящей инвестицией и, как правило, используется на крупных и средних предприятиях разного профиля. Статистика внедрений ERP-систем показывает, что подобные проекты выполняются преимущественно в сфере торговли, машиностроении, строительстве, пищевой и химической промышленности, но и в других отраслях наблюдается тенденция к внедрению ERP-систем [8].

Стоимость внедрения ERP зависит от размера компании, сложности и выбранной системы. В среднем организации расходуют на внедрение ERP 3,6 % своей годовой выручки [9]. При внедрении системы заказчик должен быть готов к тому, что бюджет проекта и сроки будут больше запланированных. Так, по данным международной исследовательской компании Panorama Consulting, 74 % опрошенных заказчиков пришлось превысить сумму изначально заложенного бюджета и у 59 % опрошенных при внедрении системы запланированные сроки увеличились. Основными причинами перерасхода бюджета стали непредвиденные технические или организационные проблемы, возникновение потребности в дополнительных технологиях и оборудовании, расширение масштаба проекта – в связи с этим увеличивались и сроки проекта. Так же на увеличение сроков повлияли проблемы с данными. Средняя продолжительность исполнения проектов на момент проведения исследования составила 16,9 месяца. Отдачу от внедрения ERP-системы в течение первых 6 месяцев ощутили 48 % опрошенных. Но так как все преимущества проявляются не сразу, компании могут рассчитывать на получение отдачи от внедрения ERP в течение 18-24 месяцев с момента ввода в эксплуатацию системы. Главной выгодой внедрения ERP 12 % называют повышение доступности информации, и 12 % – повышение продуктивности и эффективности. Улучшение взаимодействия между различными отделами и корпусами предприятия отмечают 13 %, а также усиление интеграции бизнес-процессов с производственными операциями. Срок окупаемости проекта по внедрению ERP-системы за четыре года отмечают 26 %, за три года – 19 %, менее чем за год – 15 %, 22 % затрудняются ответить или не уверены в окупаемости. При новой системе работы с использованием ERP 56 % предприятий сталкиваются с трудностями операционного характера. Из них удается приспособиться к новым условиям работы в течение 4-х недель и меньше с момента запуска системы в эксплуатацию 68 %. Вместе с тем, отмечается 13%-е снижение операционных сбоев продолжительностью более 3-х месяцев. Срок адаптации от 1 недели до 3 месяцев [8–11].

Сводная информация о результатах внедрения ERP-систем на десяти российских предприятиях представлена в **табл. 1**. Для анализа были выбраны предприятия из разных отраслей. На этих предприятиях внедрение определенного набора модулей ERP-системы осуществлялось постепенно с помощью сторонних интеграторов.

ТАБЛИЦА 1
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ ERP-СИСТЕМЫ, %*

	Трейд-Комфорт	Русское Зерно	Брестский мясокомбинат	Полиграфия «Колорит»	Егорьевск-обувь	УАЗ	Гулливер и Ко	Оптика Кронос	Кондитерская фабрика «Покровск»	Цифровой центр «ИОН»
Снижение объемов материальных запасов		15			40		5	2		
Сокращение расходов на материальные ресурсы	30							4	10	
Снижение производственных издержек	30	10	5	5				4	10	
Снижение себестоимости выпускаемой продукции	30	3	2	3				2		

Увеличение объема выпускаемой продукции	22	150	25	10				3	
Рост производительности труда в производстве		150	20					3	
Рост оборачиваемости складских запасов	28		30	15		32	10		39
Увеличение оборачиваемости дебиторской задолженности		500	60		10			10	
Ускорение обработки заказов		200	30					15	
Сокращение сроков исполнения заказов			20				50	20	
Сокращение операционных и административных расходов		20	5					3	10
Рост прибыли	19		30					6	
Сокращение трудозатрат в различных подразделениях		40	25			20		50	19
Ускорение получения управленческой отчетности	50	50	90					30	60
Ускорение подготовки регламентированной отчетности		40	90		200	200	30		20
Сокращение длительности простоев оборудования	18		10	25					1
Снижение производственного брака		75	10						1
Отклонение по срокам	—	—	15	—	—	—	—	15	10
Отклонения по бюджету	—	—	5	—	—	—	15	—	—

*Примечание: составлено авторами на основе источников [12-14]

Анализ данных представленных в таблице позволяет сделать следующие выводы. В ходе реализации проекта, на трех из десяти анализируемых предприятиях сроки исполнения были увеличены, а на двух – увеличилась стоимость проекта. Но, несмотря на это, проекты были реализованы успешно. Как видно из таблицы, все анализируемые предприятия получили экономический эффект хотя бы по одному показателю. Самый большой экономический эффект получило предприятие «Русское зерно». Так, в результате внедрения ERP-системы, данное предприятие смогло увеличить оборачиваемость дебиторской задолженности на 500 %, ускорить обработку заказов на 200 %, повысить производительность труда и увеличить объем выпускаемой продукции на 150 %, снизить производственный брак на 75 %, а также повысить свой экономический эффект по другим показателям. На анализируемых предприятиях основным эффектом от ERP-систем стал такой показатель, как ускорение подготовки регламентированной отчетности. Так, использование ERP-систем позволило ускорить подготовку регламентированной отчетности семи из десяти анализируемых предприятий, а у предприятий «УАЗ» и «Егорьевск-обувь» этот показатель изменился на 200 %. Так же использование ERP способствовало снижению производственных издержек, росту оборачиваемости складских запасов и сокращению трудозатрат в различных подразделениях у шести из десяти анализируемых предприятий.

Однако, проекты внедрения ERP-систем не всегда завершаются успешно. Как правило, информация о неудачных внедрениях ERP не публикуется, но можно с уверенностью утверждать, что существуют предприятия, в которых внедряемые модули ERP-системы не используются в полной мере и существуют параллельно с производственной деятельностью.

Примером провального проекта можно считать внедрение ERP на Кемеровской строительной фирме «Стройдорэкспорт». Фирма подала судебный иск к системному интегратору IDS Scheer, потому что они за два года не внедрили систему SAP ERP. Суть претензии заключается в том, что подрядчик не выполнил условия договора и сорвал сроки проекта. Но у системного интегратора есть своя версия произошедшего. «По договору на внедрение SAP ERP в «Стройдорэкспорте» предусмотрено пять фаз. Первые 4 фазы мы выполнили – есть подписанные акты. Работы по 5-ой фазе «Ввод в эксплуатацию и поддержка» по договору должен был выполнить заказчик, но не сделал этого. Поэтому и мы не смогли закрыть последнюю фазу», – заявил Анатолий Рябуха, директор компании Scheer [15].

Таким образом, основной причиной неудач внедрения ERP-систем в России является то, что менеджеры не участвуют в проекте [16]. И это довольно странно так, как ERP-система является инструментом управленческого характера. Так же внедрение ERP-системы приведет к безрезультатным финансовым и временными затратам отсутствие конкретных целей проекта и неформализованность бизнес-процессов. Таким образом, на старте проекта крайне важно правильно определить его цели и провести реинжиниринг бизнес-процессов.

Внедрение ERP-системы очень сложный процесс, который не ограничивается простой покупкой программного продукта, а включает в себя множество разных работ. Поэтому большинство компаний доверяют ведение проекта сторонним интеграторам, которые имеют многолетний опыт в этой области. При этом многие руководители стараются переложить абсолютно все обязанности по проекту на консультантов, ошибочно полагая, что консультант сам знает что нужно для заказчика от этой системы. По факту никто, в том числе и консультант, не знает бизнес лучше заказчика. Наилучший вариант, когда в процессе внедрения заказчик и консультант выступают как партнеры в поиске оптимальных решений.

В процессе осознания пользователями новых методов работы руководитель может столкнуться с сопротивлением сотрудников. Делясь своим опытом по автоматизации склада, Ростислав Дублин генеральный директор ООО «Бизнес-Дата» рассказывает о том, как он справлялся с психологическими трудностями, образовавшимися у работников. Так, чтобы решить проблему сопротивления сотрудников к нововведениям, он заранее объявил, что после внедрения информационной системы по итогам аттестации каждому будет начислена премия. В итоге ее получили и руководители высшего звена, и рядовые сотрудники (около 40 % от оклада). А для того чтобы кладовщики не боялись работать в информационной системе, был заключен договор с разработчиком по сопровождению системы, и кладовщики получили максимально простые и понятные алгоритмы [17].

По стандарту принятого APICS (Association for Operations Management) в ERP-системе должно быть реализовано 16 функциональных блоков, но так как ERP-системы требуют достаточно длительной настройки, заказчик часто на ранней стадии проекта приобретает не все модули, а ограниченный их комплект. Обычно внедрение системы начинается с таких подсистем как: финансовый учет, планирование продаж и закупок, управления складами, управление производством, управление персоналом и кадровый учет [18].

VI. Обсуждение результатов

Анализ результатов позволил выделить 17 позиций, обеспечивающих эффект от внедрения автоматизированных систем. В той или иной мере эффект наблюдается во всех исследуемых организациях. В большинстве случаев внедрение автоматизированной системы обеспечивало:

- сокращение сроков получения управленческой и регламентированной отчетности;
- снижение производственных, операционных и административных затрат;
- рост оборачиваемости запасов;
- сокращение трудозатрат и повышение производительности труда.

С другой стороны, очевидно, что результат внедрения автоматизированных систем в организациях существенно отличается. Так, «Русское зерно», «Брестский мясокомбинат», «Кондитерская фабрика «Покровск» указывают на получение эффекта в каждой из 17 позиций, в то время как в остальных компаниях руководители выделяют не больше 3-5 позиций. Существенно различной, является и величина эффекта. Так, если компании «Русское зерно» удалось увеличить объемы реализации продукции в 1,5 раза, то четыре другие предприятия указывают на увеличение данного показателя не более чем на 20%, а в некоторых случаях (Кондитерская фабрика «Покровск») только на 3%.

Рынок ERP-систем является самым быстрорастущим, однако, ярко выделяются сдерживающие его развитие факторы:

- высокий уровень инвестиционных затрат и, как следствие, фрагментарное внедрение систем автоматизированных систем;
- длительные сроки внедрения проекта и относительно большой срок их окупаемости;
- несогласованность действий менеджеров организации и специалистов по разработке и внедрению ERP-систем;
- отсутствие конкретных целей и задач внедрения проекта;
- неформализованность бизнес-процессов;
- социальные и морально-психологические трудности адаптации автоматизированных систем и сопротивление работников.

VII. Выводы и заключения

Эффект от внедрения ERP-систем наблюдается во всех исследуемых организациях. Однако размер указанного эффекта в организациях существенно отличается. Безусловно, результативность данного процесса зависит от типа и характеристики внедряемой системы, целей ее внедрения и т.д. Тем не менее, очевидно и то, что низкая эффективность данного процесса, во многом такими субъективными факторами, как низкий уровень заинтересованности и участия менеджеров в проекте. Результатами отстраненности менеджеров от процесса внедрения автоматизированных систем являются:

- неподготовленность и, как следствие, сопротивление работников;
- несоответствие функциональных возможностей системы действительным потребностям бизнеса.

С целью активизации процесса внедрения и развития ERP-систем необходимо максимально расширить знания менеджеров в этой области. Для этого можно предложить системным интеграторам:

- Проводить бизнес-форумы, на которых не только сами интеграторы рассказывали бы о своих программных продуктах, но и руководители предприятий могли бы делиться опытом внедрения и использования ERP-систем. Обсуждать возникшие проблемы, а также их решения.
- Проводить рекламную кампанию у потенциальных заказчиков и рассказывать им о функциональных возможностях системы, и какие задачи она способна решать.
- Предоставлять пробные версии продукта, на базе облачных технологий, чтобы руководитель смог оценить возможности системы на своем предприятии.

Подводя итоги вышесказанному, можно утверждать, что на сегодняшний день для многих предприятий внедрение комплексной автоматизации является актуальной задачей. К руководителям компаний приходит понимание того, что внедрение ERP-системы ведет к положительным изменениям в организации и дает возможность экономить время и деньги в долгосрочной перспективе. Поэтому инвестирование в автоматизированные технологии возрастает.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федякова Н. Н., Стенькина А. О. Проблемы внедрения ERP-систем на предприятиях // Контентус. 2015. № 12 (41). С. 107–112.
2. О’Лири Д. ERP-системы: Современное планирование и управление ресурсами предприятия. Выбор, внедрение, эксплуатация / пер. с англ. Ю. И. Водяновой. М.: Вершина, 2004. 272 с.
3. Исаев Д. И., Оладов Н. А., Питеркин С. В. Точно вовремя для России. Практика применения ERP-систем. М.: Альпина Паблишер, 2010. 368 с.
4. Dredden G., Bergdolt J. C. Enterprise Resource Planning // Air Force Journal of Logistics. 2007. URL: <https://faculty.biu.ac.il/~shnaidh/zooloo/nihul/glenn.pdf> (дата обращения: 01.12.2017).
5. Григорьев А. А., Титов В. А. Характеристика, структура, организация систем управления ERP, ERP II и ERP III // Фундаментальные исследования. 2017. № 2. С. 48–51.
6. Удельный вес организаций, использовавших специальные программные средства, в общем числе обследованных организаций . URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/mit7.htm (дата обращения: 01.12.2017).
7. Самые популярные ERP-системы и вендоры-лидеры // Tadviser. URL: <https://goo.gl/BcEbX1> (дата обращения: 01.12.2017).
8. Шкиртиль М. А., Шишкин Д. О. Конкуренция на российском рынке ERP-систем // Актуальные проблемы экономики и управления. 2016. № 2 (10). С. 120–123.
9. Обзор общемирового рынка ERP 2017 // Софтэксперт. URL: <http://www.sfx-tula.ru/news/infoblog/8444/> (дата обращения: 01.12.2017).
10. Обзор российского рынка ERP 2017 // Софтэксперт. URL: <http://www.sfx-tula.ru/news/infoblog/8971/> (дата обращения: 01.12.2017).
11. Clash of the titans 2017: SAP vs. Oracle vs. Microsoft Dynamics vs. Infor // Panorama Consulting Solutions. URL: <https://www.panorama-consulting.com/resource-center/erp-industry-reports/clash-titans-2017-sap-vs-oracle-vs-microsoft-dynamics-vs-infor/> (дата обращения: 01.12.2017).
12. Внедренные решения: справ. URL: <http://1c.ru/rus/partners/solutions/search.jsp?erp=1&isArchive=1&sorts=s.arms+DESC> (дата обращения: 01.12.2017).
13. ООО «Автоматизация» : офиц. сайт. URL: <https://automate.ru/> (дата обращения: 01.12.2017).
14. Корпорация Галактика : офиц. сайт. URL: <https://www.galaktika.ru/> (дата обращения: 01.12.2017).
15. Стройдорэкспорт (провальный проект SAP ERP) // Tadviser. 2016. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Стройдорэкспорт_\(provallynyy_proekt_SAP_ERP\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Стройдорэкспорт_(провальный_проект_SAP_ERP)) (дата обращения: 01.12.2017).
16. Холстинин Е. Н. Что должен знать каждый руководитель перед внедрением ERP // Новая наука: от идеи к результату. 2016. № 6-1 (90). С. 250–252.
17. Как автоматизировать склад // Деловой мир. URL: https://delovoymir.biz/kak_avtomatizirovat_sklad.html (дата обращения: 01.12.2017).
18. ERP (определение TAdviser) // Tadviser. URL: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья%3AERP_\(opredelenie_TAdviser\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья%3AERP_(определение_TAdviser)) (дата обращения: 01.12.2017).

УДК 338.46

АНАЛИЗ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

О. Ю. Шевченко, А. В. Кузнецова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье подтверждается значимость малого бизнеса для экономики страны, рассматриваются критерии отнесения субъектов предпринимательства к малому бизнесу в разных странах. Проведен анализ динамики числа малых предприятий и среднесписочной численности их работников в целом и в отраслевом разрезе, который отразил оживление экономики после кризиса. Определены меры стимулирования развития малого бизнеса для обеспечения достижения к 20124 году обозначенной Президентом доли малого бизнеса в ВВП страны.

Ключевые слова – малый бизнес, численность работников, валовой внутренний продукт.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сфера сервиса в экономике любой страны в основном представлена субъектами малого бизнеса. Общепринятыми в экономической практике критериями отнесения субъекта к малому предпринимательству являются показатели годового оборота, величины активов, величины валюты баланса и основной критерий – численность работников. Обобщим требования к субъектам малого предпринимательства в разных странах [1,4,5].

**ТАБЛИЦА 1
КРИТЕРИИ ОТНЕСЕНИЯ К СУБЪЕКТАМ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В РАЗНЫХ СТРАНАХ**

	Средне- списочная численность, чел.	Годовой оборот	Сумма баланса	Размер активов
Россия:				
– промышленность	до 100	до 800 млн. руб.	-	-
– научно-технические и сельскохозяйственные	до 60			
– оптовая торговля	до 50			
– розничная торговля	до 30			
ЕС	до 300	до 4 млн. евро	до 2 млн. евро	-
США	до 500	-	-	до 5 млн. дол.

Роль малого бизнеса в экономике велика в силу ряда обстоятельств. Он обеспечивает здоровую конкуренцию на рынке. Необходимость выживать в конкурентной среде, в свою очередь, вынуждает малые предприятия снижать себестоимость и активно внедрять инновации, что делает их выгодными продавцами и для обычных покупателей, и для крупных предприятий, а это, в свою очередь, способствует росту конкурентоспособности экономики страны в целом. Малый бизнес обеспечивает работой граждан, причем независимо от развитости экономики конкретной территории, а также существенно смягчает безработицу в условиях кризиса. Малые предприятия в силу небольших размеров более гибки и более отзывчивы на изменение запросов покупателей. Именно эти моменты приводят к тому, что в сфере сервиса, обеспечивающей первоочередные потребности граждан, функционируют субъекты предпринимательства именно в виде малых предприятий. Роль и значение сферы сервиса в жизни людей приводит к тому, что в развитых странах субъекты малого предпринимательства обеспечивают до половины налоговых поступлений в бюджет. В нашей стране на текущий момент значение сферы сервиса и, соответственно, малого бизнеса и их вклад в экономику недостаточны, особенно в нынешнем, посткризисном состоянии.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Социально-экономическая значимость малого бизнеса делает актуальной оценку его состояния после кризиса 2014 года и, соответственно, определение мер, стимулирующих развитие этой сферы предпринимательства.

III. ТЕОРИЯ

На основании данных Росстата [3], используя методы горизонтального и вертикального анализа, дадим оценку показателей развития малого бизнеса в стране на 2016-2016 годы, а также оценку его участия в валовом внутреннем продукте страны.

На первом этапе проанализируем динамику численности малых предприятий в целом по экономике и по видам деятельности, а также оценим изменения отраслевой структуры малого бизнеса.

ТАБЛИЦА 2
ДИНАМИКА ЧИСЛА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Виды деятельности	2015 год		2016 год		Темп роста, %
	Тыс.	Уд. вес, %	Тыс.	Уд. вес, %	
Всего, в том числе:	2222,4	100	2770,6	100	124,6
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	56,2	2,5	61,3	2,2	109,07
рыболовство	4,2	0,1	4,8	0,2	114,2
добыча полезных ископаемых	8,6	0,4	10,3	0,4	119,7
обрабатывающие производства	210,5	9,5	245,8	8,8	116,7
строительство	262,7	11,8	335,9	12,1	127,9
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	801,8	36,1	1032,1	37,5	128,7
гостиницы и рестораны	67,5	3,0	79,4	2,9	117,6
транспорт	153,5	6,8	215,4	7,7	140,3
связь	12,9	0,5	14,8	0,5	114,7
финансовая деятельность	33,4	1,5	41,4	1,5	124,1
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	503,8	22,6	600,7	21,7	119,2
образование	8,1	0,4	9,9	0,3	122,2
здравоохранение и предоставление социальных услуг	37,5	1,7	42,6	1,5	113,6
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	60,9	2,7	75,0	2,7	123,1

Данные таблицы 2 показывают, что в целом число субъектов малого бизнеса возросло на 24,6%. При этом надо отметить положительную динамику по всем отраслям экономики. Наибольший прирост наблюдался в сфере транспорта – 40,3%, в торговле и ремонте – 28,7%, в строительстве – 27,9%, в финансовой деятельности – 24,1%, в сфере коммунальных, социальных и персональных услуг – 23%, в сфере образования – 22%.

Отраслевая структура характеризуется преобладанием доли торговли и ремонта – 36,1 и 37,5% на начало и конец анализируемого периода, две другие наиболее значимые сферы – операции с недвижимостью (22,6 и 21,7%) и строительство (9,5 и 8,8%).

Вторым значимым показателем состояния малого предпринимательства является численность занятого в нем населения.

ТАБЛИЦА 3
ДИНАМИКА СРЕДНЕСПИСОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Виды деятельности	2015 год		2016 год		Темп роста, %
	Тыс. человек	Уд. вес, %	Тыс. человек	Уд. вес, %	
Всего в том числе	10365	100	19327	100	186,5
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	398	3,8	1406	7,3	353,3
рыбоводство	21	0,2	95	0,5	452,3
добыча полезных ископаемых	55	0,5	253	1,3	460,2
обрабатывающие производства	1606	15,5	2974	15,5	185,2
производство и распределение	143	1,4	257	1,2	179,7

электроэнергии, газа и воды					
строительство	1242	11,2	1909	9,9	153,7
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	2780	26,8	5299	27,4	190,6
гостиницы и рестораны	457	4,4	906	4,7	198,2
транспорт и связь	667	6,5	1434	7,4	214,5
финансовая деятельность	82	0,8	248	1,3	302,4
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	2356	22,7	3277	17,8	139,1
образование	19	0,2	42	0,2	221,1
здравоохранение и предоставление социальных услуг	251	2,4	791	4,1	315,1
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	288	2,8	436	2,2	151,3

В целом среднесписочная численность возросла на 86,5% и составила 19327 тыс. человек. По всем видам деятельности наблюдается прирост, его наименьшая величина 39,1% – в сфере операций с недвижимостью, 51,3% – в прочих коммунальных, социальных и персональных услугах, 53,7% – в строительстве, 90,6% – в торговле и ремонте. По остальным видам деятельности имеет место рост от 2 до 4 раз. В отраслевой структуре также преобладают торговля и ремонт, на чью долю приходится 26,8% на начало анализируемого периода и 27,4% на конец. Доля операций с недвижимостью сокращается с 22,7 до 17,8%, строительства – с 11,2 до 9,9%. Доля обрабатывающих производств остается неизменной – 15,5%. Удельный вес остальных отраслей увеличивается.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Увеличение числа субъектов малого бизнеса, значительный рост среднесписочной численности работников, оживление деятельности в отраслях, не относящихся к числу жизнеобеспечивающих, отражают оживление экономики после кризиса конца 2014 года. Подтверждением этому является рост доли малого и среднего бизнеса в ВВП страны (2015 год – 18,5%, в 2016 году – 19,5% и 21,5% – в 2017 году), отмеченный Президентом в ежегодном Послании Федеральному собранию 2017 года [2].

При этом Президент подчеркнул, что эта величина неудовлетворительна, и к 2024 году она должна вырасти до 40%, что существенно приблизит нашу страну к показателям развитых стран, где малый бизнес обеспечивает 50% ВВП.

Надо сказать, что это очень сложная задача. Решить ее позволят меры, предусмотренные рядом национальных проектов, предусматривающих:

1. Активизацию вовлечения в предпринимательскую деятельность молодежи и людей предпенсионного возраста.
2. Выведение из «тени» самозанятых граждан, разработка для них нового упрощенного онлайн режима регистрации и налогообложения.
3. Обеспечение роста объема производства и численности работающих в уже функционирующих субъектах малого бизнеса.
4. Снижение уровня бюрократизации.
5. Облегчение доступа к финансовым ресурсам, в том числе за счет предоставления льготных кредитов.
6. Развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.
7. Упрощение работы малых предприятий за счет сокращения числа разного рода проверок (за исключением работающих социально-значимых сферах).
8. Расширение участия субъектов малого предпринимательства в госзакупках.
9. Повышение производительности труда за счет финансовой и нефинансовой мотивации.
10. Создание условий для увеличения объема участия малых предприятий в несыревом экспорте товаров.

V. ВЫВОДЫ И ПРЕЛОЖЕНИЯ

Малый бизнес способствует обеспечению социально-экономической стабильности в стране, способствует трудовой занятости населения, обеспечивает здоровую конкуренцию на рынке, участвует в формировании значительной части налоговых поступлений в бюджет. Следствием экономического кризиса в России стало сокращение деловой активности во всех сферах деятельности. Проведенный анализ данных Росстата отразил оживление экономики, выражющееся в росте числа малых предприятий и численности их

работников, в оздоровлении отраслевой структуры малого предпринимательства. Президент РФ в качестве ориентира дальнейшего развития экономики определил необходимость достижения доли малых предприятий в ВВП страны в размере 40%. Мы считаем, что предлагаемые мероприятия будут способствовать достижению поставленной цели.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лейч К. М., Волери Т. Предпринимательская ориентация: обзор и синтез перспективных направлений исследований // International Small Business Journal. 2017. Т. 35, вып. 2. URL: <http://journals.sagepub.com/home/isp>.
2. Послание Президента Федеральному собранию. 2017 год. . URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53379>.
3. Россия в цифрах. 2017 : крат. стат. сб . М.: Росстат, 2017. 511с. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/tu/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641/.
4. Салыхова Э. К. Малый бизнес в зарубежной практике // Экономические науки. 2016 . № 57. URL: <https://novainfo.ru/article/10107/>.
5. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. 26.07.2017 г.). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbcdc9a360ad1dc314150a6328886703356/.

УДК.338.46.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА: ГЛАВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБСЛУЖИВАНИИ.

Е. А. Миселёва, Е. В. Барашкова, О. Ю. Шевченко
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье рассмотрены актуальные для развития сферы сервиса тренды в дистанционном обслуживании клиентов. Выявлены главные преимущества и недостатки изученных направлений сервиса, проанализированы проблемы, возникающие при работе с клиентами без личной встречи и предложены пути их решения. Рассмотрены основные направления дистанционного обслуживания клиентов, CRM-системы и их внедрение в разные сферы обслуживания, рассмотрены проблемы, возникающие при дистанционном обслуживании и предложены рекомендации для решения выявленных проблем.

Ключевые слова – сервис, дистанционное обслуживание, CRM-система, персонализация сервиса, автоматизация сервиса.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время сервис является неотъемлемой частью жизни современного общества. В сферах, где раньше не было обслуживания, теперь работают менеджеры по продажам. В связи с развитием современных технологий в области сервиса появились новые возможности, теперь клиент может получить ответ на вопрос моментально. Этому способствует оперативная работа сотрудников контактных центров и установка специальных ботов для более быстрого консультирования клиента. В этой статье рассмотрим такую актуальную тему как тенденции развития сервиса. А конкретно – сервис с дистанционным обслуживанием клиентов, которое подразумевает работу с ними через отделы продаж, техподдержку и другие. В данном случае клиент получает обслуживание без личной встречи, то есть через телефон, почту, в чатах и мессенджерах.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной работы является изучение тенденций дистанционного обслуживания в сервисе на современном этапе. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: 1) рассмотреть основные направления дистанционного обслуживания клиентов; 2) изучить понятие CRM-систем и их внедрение в разные сферы обслуживания. 3) выявить проблемы, возникающие при дистанционном обслуживании; 4) предложить рекомендации для решения выявленных проблем.

Для написания данной статьи использовались следующие методы исследования: анализ, наблюдение, сравнение, индукция.

III. ТЕОРИЯ

Для эффективного ведения управленческой деятельности, отслеживания и анализа всех этапов заключения сделок любой компании необходимо применить специализированное программное обеспечение. Для работы с клиентской базой часто используются специализированные программы – CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношений с клиентами). Данные программы предназначены для формирования информационных баз для клиентов, поставщиков, подрядчиков и других контрагентов. CRM-системы позволяют компаниям оперативно решать текущие задачи и помогают повысить уровень продаж. За счет использования компаниями данной системы упрощается работа в области дистанционного обслуживания клиентов.

Можно сказать, что CRM-системы используются в различных крупных компаниях уже много лет. Подтверждением этому является проведенное наблюдение внедрений CRM-систем в разных отраслях на протяжении 12 лет базой TAdviser (портал выбора технологий и поставщиков), за этот период база пополнилась более чем 2,5 тыс. CRM-проектами. Чаще всего внедрения происходили в двух отраслях – в торговле (18%) и сфере финансовых услуг (16%). Также внедрение CRM популярно в информационных технологиях (7%) и строительстве (5%) (рис.1).

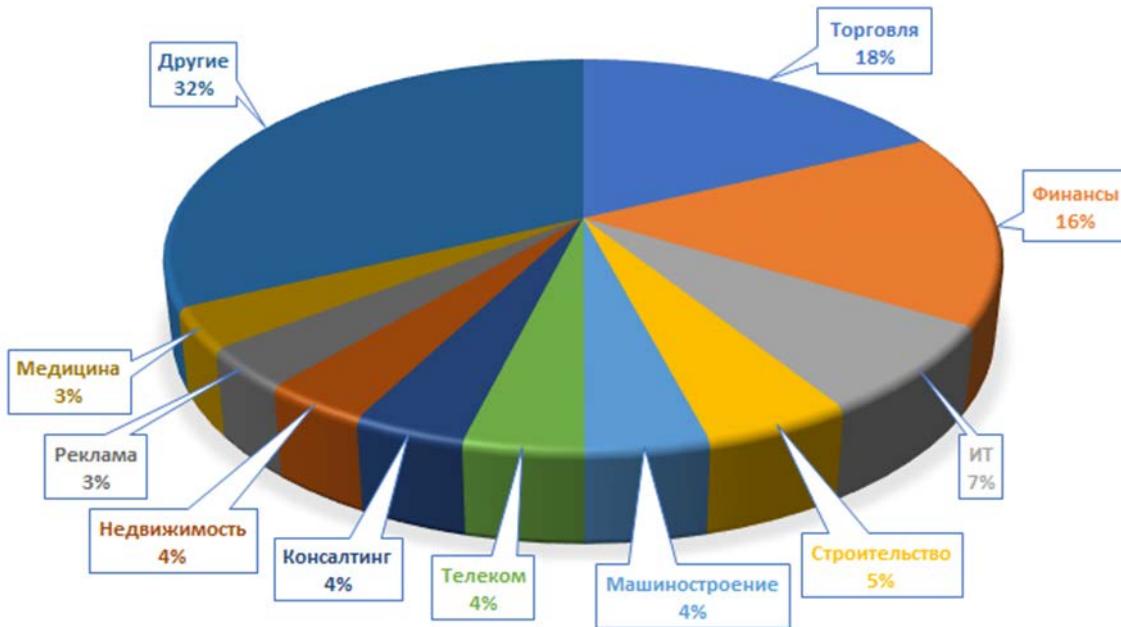


Рис. 1. Распределение CRM-проектов по отраслям

Но не смотря на актуальность CRM, данные проекты в последнее время уже не новшество [2]. На данный момент выделяют основные тенденции в разных сферах, например, в рознице и ресторанном бизнесе развиваются программы лояльности.

В работе с дистанционным обслуживанием можно выделить три основных направления:

1. Клиентский сервис – это набор правил для работы с клиентом, составленный руководством компании. Становится всё меньше фирм, игнорирующих клиентов. Так как потребители привыкли к хорошему сервису в кофейнях, ресторанах, торговых центрах, компании в разных сферах стараются поддерживать свое обслуживание на должном уровне. Чаще всего проблемы начинаются тогда, когда в компании нет специального обслуживания и вся работа переходит в отдел продаж. Поэтому продавцам приходится тратить время на сопровождение клиентов и из-за этого падает эффективность продаж. Для решения данной проблемы руководитель может включить повторные продажи в систему стимулирования, например, подарочные купоны, накопительные программы, праздничные предложения и т.д.

В некоторых случаях сотрудники предоставляют обслуживание хуже: отвечают на звонки в последнюю очередь или вообще забывают перезвонить. Естественно, клиенты недовольны таким сервисом и оставляют отрицательные отзывы, в связи с чем падает удовлетворенность и все это не лучшим образом оказывается на репутации компании. Для решения данной проблемы руководитель может предложить сотрудникам премии за хороший сервис. Например, мотивация менеджера может состоять из суммы, которую он заработал для компании: повторные продажи и новые клиенты считаются отдельно. В случае получения хорошего отзыва о качестве обслуживания от клиента, менеджеру выплачивается дополнительная премия за хорошую работу.

2. Персонализация – это комплекс технических и маркетинговых мер, направленных на разные категории потребителей путем предоставления пользовательского взаимодействия. Данное понятие всё больше становится актуальным в современном сервисе. В процессе получения обслуживания клиентам хотелось бы, чтобы их помнили и не задавали при каждом контакте с компанией одни и те же вопросы. Времена, когда компания знала каждого клиента лично, уже давно прошли, но появление современных информационных технологий решает эту проблему. Для компаний, где особое внимание уделяется клиентскому сервису (облачные сервисы, банки, интернет и телефония), важно удержать клиента, поэтому персонал стремится собрать как можно больше сведений о персональных данных и интересах клиента. Теперь к каждому клиенту индивидуальный подход: вместо «уважаемый клиент» обращаются по имени-отчеству. Всем известно, что любому человеку приятно слышать своё имя. Клиентам предлагаются персональные рекомендации товаров, опираясь на статистику прошлых покупок клиента, а также различные скидки и бонусы. Возможно использование информации о поведении потребителя, а именно то, какие рассылки чаще всего открываются, обращается ли клиент в техническую поддержку, сколько времени проводит на сайте. При сборе подобной информации возникают сложности – данные расположены в хаотичном порядке: рассылки расположены в одном месте, продажи в CRM-системе, оплаты в интернет-банке и так далее. Из-за отсутствия систематизации информации о клиентах происходит путаница и допускаются ошибки. Чтобы этого избежать руководитель может использовать CRM-систему, которая позволяет систематизировать данные о клиентах путем внесения в нее сведений о покупках, интересах и географии потребителей. Данное

решение не только облегчит работу с клиентами, но и даст возможность успешно сформировать персональные предложения для них. Также компания может пойти другим путем – спроектировать собственную систему, где нужно учесть все нюансы, связанные с конкретной деятельностью. Главная идея внутренней информационной системы заключается в том, чтобы собрать необходимые данные по продажам, обращениям в техническую поддержку, финансовую аналитику и другие показатели в одном месте. Создание такой системы позволит сэкономить время сотрудников, ускорит длительность операции, а значит улучшит качество сервиса компании [3].

3. Автоматизация – это процесс, при котором функции управления и контроля осуществляются с помощью автоматизированных программ. Всё чаще компании прибегают к автоматизации обслуживания и сокращению персонала. Автоматизация помогает быстрее провести клиента по всем этапам продажи и заключить больше сделок. Замена людей на программы связана с некоторыми минусами в работе сотрудников клиентского сервиса. Люди не могут работать круглосуточно, им свойственно болеть, увольняться, иногда прибывать в плохом настроении, допускать ошибки в отличии от программ. Но не смотря на применение автоматизированных программ компании могут столкнуться с другими проблемами. Первая, автоматизированные инструменты вроде роботов или чатов-ботов еще не вошли в массовое обслуживание и зачастую показывают неточность [1]. Данные инструменты пока используются только для решения простых задач, с более сложными вопросами работают люди. Второй проблемой является нежелание клиентов общаться с роботами, для многих в процессе обслуживания очень важно живое общение. Здесь руководитель может максимально упростить автоматический заказ услуги, а также подстраховать автоматизацию специальным сотрудником, пока клиенты не привыкнут к изменениям. Еще клиент может столкнуться с другой проблемой – боязнь того, что без живого общения его вопросы будут решаться медленнее. Во избежание этого, руководитель может автоматизировать обратную связь, для того чтобы клиент видел статус решения своего вопроса.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассмотрев основные направления в дистанционном обслуживании было выявлено несколько проблем, касающихся взаимодействия руководителей с продавцами и клиентами, а также предложено несколько рекомендаций для решения данных проблем. Исходя из изученной информации можно сделать следующие выводы:

Для предоставления хорошего сервиса, руководителям не только необходимо включать обслуживание в процессы компании, даже если оно не выделено в отдельное направление, но и предлагать сотрудникам различные поощрения в случаях предоставления ими хорошего сервиса. Данные пути помогут избежать ошибок и проблем вышеперечисленных ранее.

Не маловажной задачей компаний является разумный подход к процессу подбора рекомендаций для потребителя. Для эффективного подбора предложений необходим не только сбор данных о клиенте, но и их систематизирование. Поэтому, чтобы не происходило проблем и путаницы в информации, компаниям следует подходить к вопросу систематизации серьезно, так как от этого зависит качество обслуживания клиентов и работа компании в целом.

Процесс автоматизации является долгосрочным трендом, так как роботы должны завоевать доверие потребителей, которым необходимо привыкнуть к такому обслуживанию. Но следует отметить, что избыток автоматизации обслуживания может отпугнуть клиентов, поэтому компаниям необходимо подходить с осторожностью к данному вопросу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Костерева А. В. Дистанционное обслуживание физических лиц, как инновация в банковской сфере // Вопросы и проблемы экономики и менеджмента в современном мире. 2016. № . С. 168–170.
2. Отраслевая специфика внедрений CRM. 2017 // Портал выбора технологий и поставщиков «TAdviser». URL: <http://www.tadviser.ru> (дата обращения: 08.10.2018).
3. Клиентский сервис. 2018 // Портал для обслуживания и поддержки клиентов «Еадеск». URL: <https://yeahdesk.ru> (дата обращения: 12.10.2018).

УДК 336.051

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ В РОССИИ

Н. Н. Саяпина, Н. С. Ушакова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – в данной статье рассматриваются теоретические основы такого понятия как эффективность управления коммерческими банками. Поставленные задачи обусловливают необходимость рассмотрения основных показателей эффективности управления кредитными организациями в Российской Федерации и проведение их анализа. Анализ позволил сделать выводы, касающиеся развития банковского сектора за последние 15 лет, а также определить приоритетные направления повышения эффективности управления коммерческими банками в стране.

Ключевые слова – коммерческие банки, управление, эффективность, банковский менеджмент.

I. ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день актуально изучение эффективного управления коммерческими банками. Это связано с различными кризисами, касающимися банковской сферы начиная с конца двадцатого века: «черный вторник» 1994 года, банковский кризис 1998 года, мировой кризис в 2008 году и так далее. Их последствия показали необходимость изучения, как внешних экономических факторов, так и внутренних. В эти факторы и входит такой элемент как эффективное управление организацией. Так как коммерческие банки занимаются специфическим видом деятельности, следует помимо рассмотрения эффективности управления любой организации изучить отдельно эффективность управления непосредственно самих коммерческих банков, основываясь на их отличительных особенностях и чертах.

Данная тема рассматривалась на основе правовых, нормативно-справочных материалов таких как Положения и Указания Банка России, учебных пособий, и на основе статистических данных Центрального Банка Российской Федерации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью научной статьи является проведение анализа эффективности коммерческих банков (показателей эффективности) в России за период 15 лет. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- изучить понятие «эффективность управления коммерческими банками»;
- выделить показатели эффективности управления;
- провести анализ эффективности управления коммерческими банками в России за последние 15 лет.

Объектом исследования являются российские коммерческие банки. Предметом исследования выступают показатели, определяющие эффективность управления коммерческими банками.

Теоретическую и методологическую основу составляют законодательные акты, учебные пособия, научные труды отечественных экономистов о теории управления и эффективности.

Используемые приемы и методы: наблюдение, описание, расчеты, анализ, табличный и графический способы представления информации.

III. ТЕОРИЯ

Для понимания того, что собой представляет эффективность управления коммерческими банками необходимо знать и понимать сущность данного понятия.

В современной литературе, специализирующейся на изучении такой сферы как экономика, не выявлено четкого и полного понятия эффективности управления коммерческими банками. Из-за недостаточного количества информации под этим принято подразумевать совокупность экономических нормативов, включающих в себя определенные нормы и коэффициенты. Эти нормативы анализируют и на основе полученных данных делают вывод о самом уровне эффективности управления организацией, в данном случае коммерческими банками. В общем виде, эффективность управления коммерческими банками представляет собой взаимосвязь с эффективностью управления предприятия. Это выражается в особом подходе к менеджменту: ориентирование на задачи, цели, ресурсы, потребности общества. Банковский менеджмент – система управления кредитной организацией как коммерческим предприятием [1]. Таким образом, можно рассматривать эффективность управления коммерческими банками на основе банковского менеджмента.

Значение современного менеджмента как способа управления можно рассматривать как два направления управления: финансовая эффективность управления и управление персоналом кредитной организации. Их характеристики представлены в табл. 1.

ТАБЛИЦА 1
ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЙ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА [2].

Финансовая эффективность управления	Управление персоналом кредитной организации
Охватывает управление движением денежного продукта, его формированием и размещением. Разработка банковской политики, банковский маркетинг, управление активами и пассивами, ликвидностью и доходностью, управление собственным капиталом, кредитным портфелем, банковскими рисками.	Управление сотрудниками, вовлечение их в корпоративную жизнь, выстраивание с ними партнёрских отношений, создание комфортной рабочей среды, мотивирование работать качественно и эффективно.

В итоге, можно сказать, что эффективность управления коммерческими организациями делится на финансовую эффективность, включающую в себя ряд различных показателей, и управление персоналом, ориентированное на работу непосредственно с сотрудниками.

Так как целью является анализ показателей эффективности управления коммерческими банками в России, управление персоналом в данной статье не будет затрагиваться также широко. Можно лишь отметить, что эффективность управления сотрудниками в современном мире уже имеет множество инструментов: существуют системы, регулярные аттестации, компетенции, кадровые резервы, процедура сбора обратной связи и многое другое. Эффективность деятельности персонала следует рассматривать как рабочий процесс использования персоналом различных ресурсов организации [2].

Обратимся теперь непосредственно к изучению показателей эффективности управления и выделим из них основные. На вышеупомянутой табл.1 в содержании финансового управления упоминаются следующие показатели, требующего внимания: размеры активов и пассивов, доходность, собственный капитал, кредитный портфель, риски и так далее. В других источниках упоминаются и такие факторы как общий показатель эффективности управления (соотношение прибыли за отчетный период к затратам, отнесенным на управление); коэффициент управленческого персонала (соотношение численности менеджеров высшего звена и общего количества работников, занятых на предприятии); коэффициент расходов на управление (отношение общих затрат организации к расходам на управленческую деятельность); соотношение управленческих расходов к объему выпускаемой продукции (в натуральном или количественном выражении); эффективность совершенствования управления (экономический эффект за год делится на объем денежных средств, затраченных на управленческие мероприятия); годовой экономический эффект (разница между совокупной экономией за счет внедренных управленческих мероприятий и затратами, помноженными на отраслевой коэффициент) [6].

Так как объектом является совокупность российских коммерческих банков, а не отдельная кредитная организация, в данной статье будет проведен анализ следующих показателей эффективности управления коммерческими банками:

– активы в банковском секторе (активы – различные объекты, в которых размещены собственные и заемные ресурсы, это денежные средства, драгоценные металлы и камни, счета в других кредитных организациях и Банке России, вложения в ценные бумаги, в уставные капиталы других компаний, кредитный портфель, имущественные активы (например, здания, земля, оборудование) и др.);

– привлеченные вклады физических и юридических лиц (вклад – сумма средств, которую банк принимает от клиента на определенный или неопределенный срок);

– объем кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства (кредит – это ссуда, предоставленная под определенные проценты за пользование) и задолженности по этим кредитам.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Основой анализа послужит таблица 2, в которой отражены некоторые показатели эффективности управления коммерческими банками.

ТАБЛИЦА 2
ОТДЕЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

Показатель	2003 г.	2006 г.	2009 г.	2012 г.	2015 г.	2018 г.
1. Активы в млн. руб.	3 649 956	9 750 306	28 022 000	44 265 700	73 345 200	85 191 800
2. Привлеченные вклады на 01.01	753 811	5 956 449	10 852 424	20 238 760	35 560 572	43 887 838
3. Объем кредитов, предоставляемых субъектам малого и среднего предпринимательства	Информации нет		595 402	5 854 364	7 194 839	5 984 490
4. Задолженность по п.3			2 287 747	3 616 682	4 699 951	4 013 237

На основе выделенных в таблице показателей эффективности проведём анализ динамических изменений.

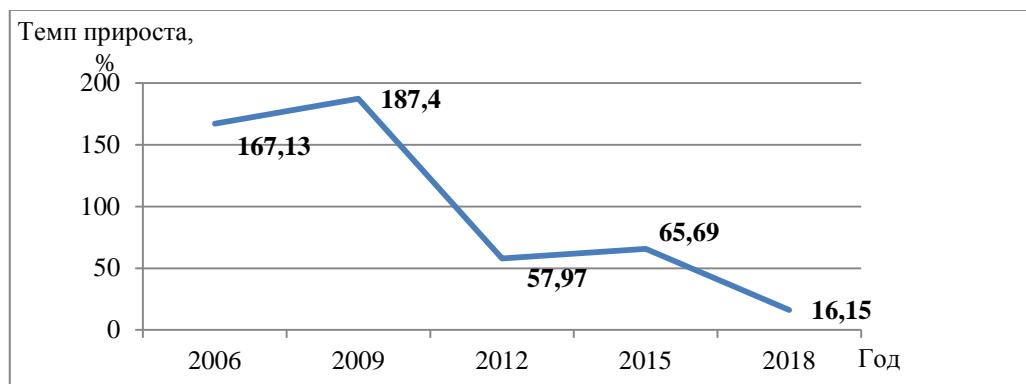


Рис. 2. Прирост активов банковского сектора с 2003 по 2018 гг.

Исходя из полученного рис. 2, можно сделать следующие выводы: динамика активов в разные периоды отличалась. Например, в 2009 и 2015 годах она увеличивалась до 187,4% и 65,69% соответственно, но к 2012 и 2018 годам наблюдается более сдержаненный прирост – 57,97% и 16,15%. Это всё является последствиями, связанными с разными периодами. Например, замедление прироста к 2015 году объясняется тем, что в эти годы начало сокращаться кредитование населения, а также снижался темп ростов кредитного портфеля.

Обратимся к рис.3, на котором показана динамика привлеченных вкладов физических и юридических лиц. Видно, что с 2006 года по 2018 год темп прироста снизился в 29,48 раз. То есть в начале 21 века объём вкладов был гораздо больше, чем в настоящее время. Но стоит отметить, что на протяжении 9 лет с 2009 года прирост привлеченных вкладов представляет собой стабильную систему. Темп прироста не менялся кардинально, лишь немного снижался. Это говорит о том, что ситуация в российской экономике была достаточно стабильной, что предопределило в целом позитивную динамику развития банковского сектора.

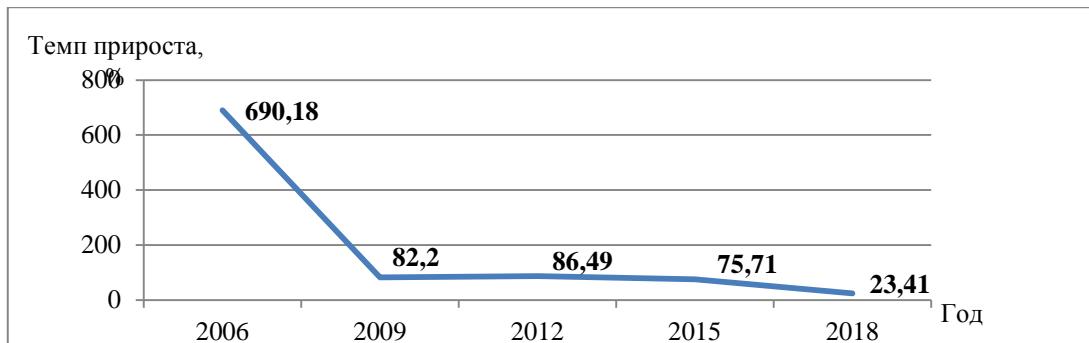


Рис. 3. – Прирост привлеченных вкладов физических и юридических лиц

Следующие показатели стоит сравнивать вместе, так как задолженность по кредитам является следствием предоставления этих кредитов. Данные взяты по кредитам, предоставленным субъектам малого и среднего предпринимательства. Данный выбор связан с тем, что развитие малого бизнеса является актуально на протяжении многих лет, и не только в России, но и по всему миру. На рис. 4 и рис. 5 наблюдается спад темпа прироста, как в первом показателе, так и во втором. Это не говорит о том, что банковский сектор России снизил свой уровень, это говорит о том, что он стал стабильно развивающейся системой.

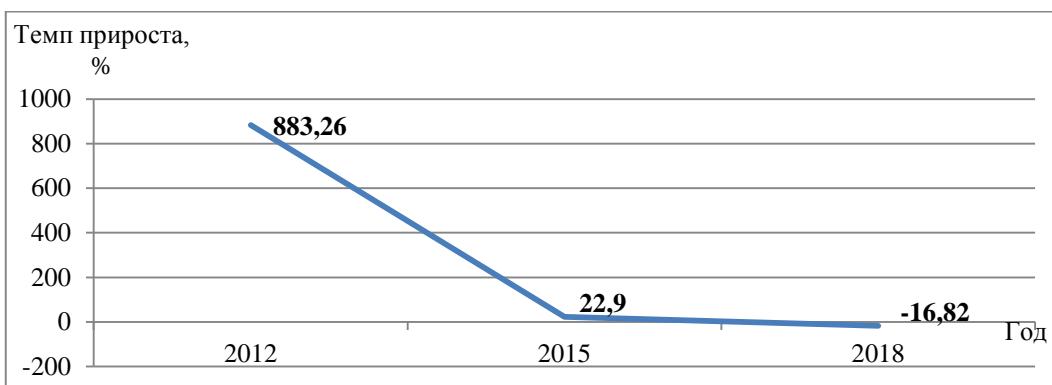


Рис. 4. Прирост кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства

На рис. 4 отражена тенденция к спаду прироста кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства. Если в 2009 году кредитов было выдано на сумму 595 402 млн. руб., то к 2012 году темп прироста показывал 883, 26 %, то есть 5 854 364 млн. руб..

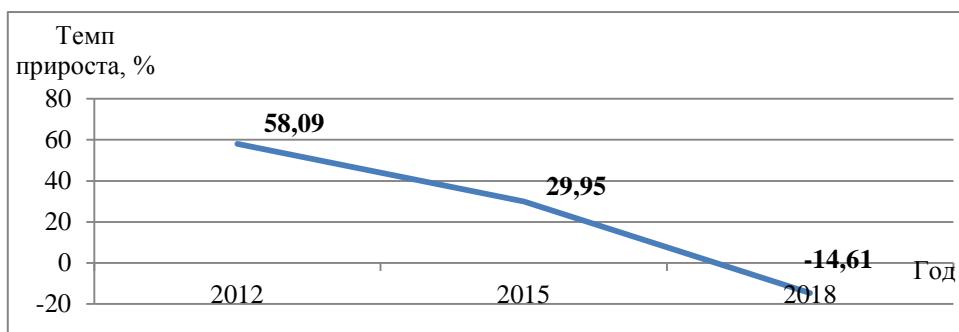


Рис. 5. Прирост задолженности по кредитам, предоставленных субъектам малого и среднего предпринимательства

V. Выводы и заключение

Таким образом, в ходе оценки эффективности управления коммерческими банками в России используется ряд критериев, которые могут применяться самостоятельно или в комбинации. Так, главным показателем в данной статье, является оценка активов банков. Вместе с другими показателями, упомянутыми в разделе IV, активы показывают нам насколько эффективно управление коммерческими банками. Сами нормативы уже являются непосредственно частью эффективного управления. Обращаясь к проведенному анализу, видно, что все изменения являются следствием внедрения различных программ и проектов. Это говорит о том, что управление банками имеет актуальность. Увеличение количества активов, вкладов и других показателей вытекает в то, что эффективное управление коммерческими банками является одной из причин развития банковского сектора в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Банки.ру : информ. портал. URL: <http://www.banki.ru> (дата обращения: 30.10.2018).
2. Орловская О. В. Управление эффективностью работы персонала в системе управления крупной компанией // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 6 (88). С. 43–49.

3. Центральный банк Российской Федерации : офиц. сайт. URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 29.10.2018).
4. Об оценке экономического положения банков (вместе с "Методикой оценки показателей прозрачности структуры собственности банка") : указание Банка России от 03.04.2017 № 4336-У (ред. от 03.05.2018). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Шершнева Е. Г. Диагностика финансового состояния коммерческого банка: учеб.-метод. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 112 с.
6. Эффективность управления, критерии эффективности управления предприятием . URL: <http://fb.ru/article/255039/effektivnost-upravleniya-kriterii-effektivnosti-upravleniya-predpriyatiem> (дата обращения: 28.10.2018).
7. Thomas C., Sundaram N. Analysis of factors in banking: A review // Man in India. 2017. № 97 (4). P. 313–324.

УДК 657.62

К ВОПРОСУ ОБ АУДИТЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ АУДИТА

Е. А. Балашова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Бухгалтерская отчетность является основным источником информации, позволяющим оценить финансовое и имущественное состояние хозяйствующих субъектов. За последние годы появились новые формы и методы ведения учета, претерпела изменения нормативная база, ужесточился контроль за ведением и отражением хозяйственных операций. В связи с этим аудит бухгалтерской отчетности превратился в один из важнейших инструментов, который способствует повышению качества такой отчетности, а именно оценивает достоверность финансовой отчетности предприятия, помогает выявить и исправить допущенные ошибки, а также дает рекомендации по построению такой системы учета, которая позволила бы избежать ошибок и нарушений в дальнейшем.

Ключевые слова – аудит финансовой отчетности, планирование аудита, аудиторская проверка, отчетность.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время, в условиях изменившегося законодательства, финансовая отчетность представляет собой основной источник информации, который позволяет оценить финансовое состояние экономического субъекта. Помимо этого, за последние годы требования к организации системы бухгалтерского учета и отчетности значительно повысились: появились новые формы и методы ведения учета, претерпела изменения нормативная база, ужесточился контроль за ведением и отражением хозяйственных операций. В этой связи аудит финансовой отчетности способствует повышению качества информации и оценивает достоверность финансовой деятельности предприятия, выявлению и исправлению допущенных ошибок. Вместе с тем, по результатам проверки, даются рекомендации по построению такой системы учета, которая позволила бы избежать ошибок и нарушений в дальнейшем. Исходя из вышеизложенного, отменим что данная тема весьма актуальна, что подтверждают и многочисленные труды авторов, занимающихся исследованием данной проблемы (Е.А. Алексеенко, Н.В. Алтухова, Е.И. Волошина, С.В. Козменкова, В.А. Хазматов и др.).

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Рассмотреть мнения авторов рассмотреть мнения различных авторов по данной теме исследования; дать оценку системы аудиторской проверки финансовой отчетности в условиях перехода на международные стандарты финансовой отчетности (далее по тексту МСА).

III. ТЕОРИЯ

Бухгалтерская (финансовая) отчетность является основным источником информации, который позволяет оценить финансовое и имущественное положение экономического субъекта. Такой точки зрения придерживается В.Д. Ковалева, которая в своей статье напоминает о том, что бухгалтерская отчетность должна давать достоверное представление о деятельности и финансовом результате организации на отчетную дату, так как данная информация необходима пользователям отчетности для принятия экономических и управлений решений [4]. О важности достоверности бухгалтерской отчетности пишет и М.А. Коровина, которая раскрывает данный критерий через п.6 Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организаций» (ПБУ 4/99). Также автор упоминает о том, что понятие «достоверность» является основным для аудиторской деятельности поскольку аудит проводится именно для формирования независимого мнения о достоверности отчетности [6]. В этих обстоятельствах аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности становится одним из важнейших инструментов, способствующих повышению качества такой отчетности [2].

Определение предмета, объектов, метода, способов и приемов аудита, его этапов и сопутствующих аудиторских процедур является актуальным вопросом развития методологии аудита в Российской

Федерации. Многие ученые выделяют различные виды аудита, однако аudit бухгалтерской (финансовой) отчетности признают наиболее важным [5]. Совершенствование законодательства и многочисленные реформы в области нормативно-правовой базы определяют необходимость в рассмотрении теории аудита, его основ и организации, а также процесса оценки и проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности [1]. Из всего этого можно определить основную роль аудита, которая, по словам Ф.М. Батчевой, заключается в «снижении объема некачественной информации» [2]. Таким образом, аudit является одним из инструментов рыночной экономики и играет важную роль в обеспечении прозрачности деятельности хозяйствующих субъектов. Такого же мнения придерживается Д.А. Красникова. По ее словам, аudit способствует надежности, непрерывности и оценке инвестиционной привлекательности деятельности предприятий.

Функциональная же роль в системе экономической информации возложена на бухгалтерскую (финансовую) отчетность, суть которой в том, что именно она обеспечивает системный контроль точности и правильности всех учетных данных. Об этом в своей статье говорит Д.А. Кокорева. «Составляя отчетность, мы, тем самым, обеспечиваем систематизацию учетной информации, выбирая существенные показатели для характеристики результатов деятельности и устранивая информацию, не имеющую значения для пользователей», – такой точки зрения придерживается Е.В. Гринавцева [3]. О роли достоверной и надежной информации для принятия управлеченческих решений и разработки стратегии и тактики фирм, упоминает и Б. Касымова. По ее словам, информация, отражающая финансовое состояние хозяйствующего субъекта, необходима не только владельцам предприятия, но и внешним пользователям. В связи с этим необходимо осуществлять независимый контроль над достоверностью бухгалтерской (финансовой) отчетности, который осуществляется аudit.

Основные подходы к определению достоверности финансовой отчетности выделяют Е. И. Волошина и М.И. Еримизина. Под достоверностью данные авторы понимают важнейшую качественную характеристику, при достижении которой пользователь может делать точные выводы о финансовом положении организации и принимать на их основе необходимые управленческие решения. Наряду с достоверностью в аудите бухгалтерской (финансовой) отчетности следует выделить еще одно такое ключевое понятие, как существенность, которое встречается во всех стандартах аудиторской деятельности в том или ином контексте. Однако же, по мнению В.А. Хазматова, аудитор не может и не должен ориентироваться лишь на один определенный уровень существенности. Помимо того, что к уровню существенности необходимо возвращаться на разных этапах аудита (при планировании, в ходе проведения аудиторских процедур и при оценке влияния искажения), определение уровня существенности должно также сопровождаться анализом основных финансовых индикаторов и оценкой системы внутреннего контроля [7]. Подобный анализ и оценка исследуют деятельность хозяйствующего субъекта, в том числе на его непрерывность. В российских научных журналах тема анализа непрерывности раскрыта достаточно подробно.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Рассмотрим организацию процесса аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности с точки зрения МСА.

Аudit бухгалтерской (финансовой) отчетности состоит из нескольких этапов, каждый из которых регламентируется МСА 300 «Планирование аудита финансовой отчетности», МСА 315 «Выявление и оценка рисков существенного искажения посредством изучения организации и ее окружения», МСА 320 «Существенность при планировании и проведении аудита», МСА 570 «Непрерывность деятельности», МСА 700 «Формирование мнения и составление заключения о финансовой отчетности». В целом весь процесс проверки отчетности с целью выражения мнения о ее достоверности можно разделить на:

- 1) преддоговорные мероприятия и заключение договора;
- 2) планирование аудиторской проверки финансовой отчетности;
- 3) проведение аудиторской проверки финансовой отчетности;
- 4) формирование аудиторского мнения о достоверности финансовой отчетности и составление аудиторского заключения.

На первом этапе происходит получение предложения на проведение аудита, его предварительное планирование, подготовка письма-обязательства и договора, а также их подписание.

Второй этап включает в себя установление приемлемого уровня существенности и точности; оценку аудиторских рисков руководителем проверки; составление общего плана; проведение аналитических процедур, выявление областей, значимых для аудита; составление общей программы аудиторской проверки; распределение обязанностей между членами группы.

На данном этапе аудиторской проверки категория существенности является одной из наиболее важных, поскольку от того, какими будут главные критерии оценки финансовой деятельности предприятия, зависит верность аудиторского заключения, а значит, и репутация аудиторской организации.

Расчет уровня существенности путем определения средних величин на основе ключевых показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности более предпочтителен, так как он достаточно широко применяется на практике.

Современная практика аудита разработала значительное количество подходов и методик к оценке аудиторских рисков. Аудиторы и аудиторские компании, как коммерческие организации стараются минимизировать риск. Это делается как в интересах клиента, так и в собственных интересах. При высоких рисках организации, аудитор может снизить риск необнаружения за счет увеличения объема выборки и аудиторских процедур. Также при сравнительно низком уровне риска существенного искажения аудитор может позволить увеличить риск необнаружения, что позволит снизить трудоемкость работ в ходе аудита, сократить время его проведения и непосредственно стоимость. Риск необнаружения является риском, с помощью которого аудитор может минимизировать аудиторский риск в целом.

Третий этап аудиторской проверки состоит из тестирования системы внутреннего контроля; построения выборки в отношении аудиторских процедур; выполнения аудиторских процедур в отношении элементов выборки; оценки результатов выборки; документирования полученных результатов; осуществления аналитической проверки (аналитических процедур); уточнения мнения аудитора; написания отчета по объекту аудита.

Четвертый этап аудиторской проверки бухгалтерской (финансовой) состоит из анализа влияния всей совокупности выявленных нарушений на достоверность отчетности; проведения финансового анализа (осуществление аналитических процедур); оценки допущения непрерывности деятельности предприятия; оценки событий, произошедших после подписания бухгалтерской отчетности; составления письменной информации аудитора руководству экономического субъекта по результатам аудита; составления аудиторского заключения.

С целью гармонизации нормативно-законодательной базы, регулирующей ведение аудиторской деятельности в Российской Федерации, Постановлением №576 было определено признание международных стандартов аудита подлежащими применению на территории Российской Федерации. Аудит финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с данными стандартами адекватно отражает все существенные отношения финансового состояния хозяйствующего субъекта за год, результаты его операционной деятельности и движение денежных средств за отчетный период.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сталкиваясь с различными точками зрения на рассматриваемый вопрос, исследуя многочисленные методики проведения аудита, изучая разные подходы к осуществлению аудиторских проверок, можно прийти к выводу о том, что аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности является наиболее важным и распространенным в настоящее время. Аудиторская проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности достаточна трудоемка и широка по охвату. Однако в ней, а точнее в подтверждении достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности нуждается не только хозяйствующий субъект, но и внешние пользователи бухгалтерской отчетности (собственники, пайщики, кредиторы, акционеры и др.), а также государство, которое принимает решения в области экономики и налогообложения. Таким образом, рассмотрев различные точки зрения авторов, можно сказать, что аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности необходим как предприятиям, так и заинтересованным лицам. Авторы, занимающиеся изучением проблем аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности сходятся во мнении о том, что аудиторская проверка такой отчетности позволяет выявить ошибки и искажения в учете, и тем самым дать организации возможность исправить ситуацию, в следствие чего предприятие может увеличить эффективность функционирования собственного капитала, произвести оценку и прогноз для принятия будущих экономических решений на основе полученной в ходе аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности достоверной информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеенко Е. А. Исторические аспекты становления и развития аудита // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 76. С. 84. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23046276_84725930.pdf.
2. Батчева Ф. М. Аудит как инструмент повышения качества бухгалтерской (финансовой) отчетности // Сборник III Международных конференций профессорско-преподавательского состава и аспирантов СтИК (филиала) БУКЭП. Ставрополь, 2017. С. 240. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29790567_66513345.pdf.
3. Гринавцева Е. В., Иода Е. В., Сарахманова В. В. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: техника составления: учеб. пособие. Воронеж: ООО «Издательство Ритм», 2017. 142 с.

4. Ковалева В. Д. Бухгалтерская финансовая отчетность : учеб. пособие. Саратов: Вузовское образование, 2018. 153 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/72534.html>.
5. Козменкова С. В., Кемаева С. А. Аудит: проблемные вопросы и пути развития // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 3. С. 31–43. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_23118786_65716836.pdf.
6. Коровина М. А. Достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности //Формирование экономического потенциала субъектов хозяйственной деятельности: проблемы, перспективы, учетно-аналитическое обеспечение. – 2016. – С. 121-126.
7. Хазматов В. А. Аудит финансовой отчетности: вопросы теории и практики : статья // Наука: теоретический и практический взгляд. 2017. № 2 (1), С. 206. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_28283930_70667550.pdf.

УДК 336.719.2

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ БАНКА КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Н. Н. Саяпина, Л. А. Кусакин

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Информационная безопасность – необходимая составляющая организации деятельности коммерческого банка, которая предполагает безопасность хранения размещенной информации. В данной статье раскрываются принципы построения информационной безопасности в кредитных организациях, а так же указывается необходимость её поддержания в связи с мошенническими действиями. При построении системы информационной безопасности должны быть соблюдены и учтены функциональные требования, которые должны быть реализованы в комплексе.

Ключевые слова – информационная безопасность, конфиденциальность, механизм организации информационной безопасности коммерческого банка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современное развитие информационных технологий нашло применение во всех сферах экономики. Ценность и значимость информации предопределяют необходимость организациям уделять особое внимание не только её сбору, систематизации, хранению, но и безопасности. Система обеспечения информационной безопасности банка призвана обеспечить надежность функционирования, формирование и поддержание репутации и доверия со стороны клиентов. Крайне важно уметь обеспечивать клиентам безопасность пользования информацией, выявлять причины её утечки и вовремя их устранять.

Целью данного исследования является анализ безопасности пользования информационными технологиями в коммерческих банках.

Задачей исследования является изучение механизма организации информационной безопасности коммерческого банка.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Актуальность исследования состоит в том, что кредитным организациям крайне важно уметь обеспечивать для клиентов безопасность в пользовании размещённой информации, сохранять их конфиденциальную информацию от злоумышленников и мошенников. В связи с этим остро встаёт вопрос об использовании эффективного механизма организации информационной безопасности.

III. ТЕОРИЯ

Для того, чтобы разобраться в основах организации безопасности, дадим определение безопасности в контексте организации информационной деятельности банка и рассмотрим основные группы рисков.

Под информационной безопасностью банка подразумевается состояние защищённости всех банковских информационных активов.

Информационную безопасность банковской системы РФ регулирует Стандарт «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Общие положения». К основным целям данного стандарта относят:

- повышение доверия к банковской системе Российской Федерации;
- повышение стабильности функционирования организации банковской системы Российской Федерации и на этой основе – стабильности функционирования банковской системы Российской Федерации в целом;
- достижение адекватности мер по защите от реальных угроз информационной безопасности;
- предотвращение и (или) снижение ущерба от инцидентов информационной безопасности.

Среди основных задач Стандарта выделяют:

- установление единых требований по обеспечению информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации;
- повышение эффективности мероприятий по обеспечению и поддержанию информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации [4].

Обеспеченность информационной безопасности должна находиться на высоком уровне, только в таком случае кредитная организация сможет минимизировать такие риски, как:

- риск утечки информации (служебная, коммерческая, банковская тайна);
- риск потери и разрушения данных;
- риск использования неполной либо искажённой информации в деятельности банка, а так же риск при принятии важных управленческих решений;
- риск распространения такой информации по внешней среде, которая способна нанести ущерб репутации банка.

К особенностям банковских информационных систем относится то, что они:

- занимаются хранением и обработкой большого количества информации как о финансовом состоянии организаций, так и о деятельности физических и юридических лиц;
- имеют в своём распоряжении инструменты совершения транзакций;
- должны отвечать современным требованиям относительно уровня обслуживания (наличие системы онлайн-банкинга, сети банкоматов и так далее), так как не могут быть полностью закрытыми [3].

К основным источникам угроз информационной безопасности относят:

- неблагоприятные события природного, техногенного и социального характера;
- террористическая деятельность;
- зависимость от поставщиков, партнёров;
- сбои, отказы, повреждения программных и технических устройств;
- внутренние нарушители со злонамеренным и незлонамеренным характером воздействия на информационную безопасность;
- субъекты, не являющиеся работниками организации банковской системы России, применяющие попытки несанкционированного доступа к контролю над информационной безопасностью;
- несоответствие требованиям надзорных и регулирующих органов действующему законодательству [1].

Главной задачей злоумышленников совершающих вмешательство в информационные системы банков является получение контроля над информационными активами кредитной организации с целью последующего совершения неправомерных транзакций банка по заказу недобросовестных конкурентов.

На данный момент необходимым условием стало наличие главного документа, обеспечивающего формирование системы информационной безопасности, а именно «Политики информационной безопасности банка». Данный документ содержит полный перечень всевозможных угроз безопасности информации в банке, перечень объектов защиты и ключевых задач, а так же меры по обеспечению информационной безопасности.

В связи с этим, к главным элементам системы информационной безопасности банка относятся:

- авторизация и аутентификация;
- защита от возможного несанкционированного доступа к системам, включающая внутреннюю защиту от незаконного доступа сотрудников банка;
- защита каналов передачи данных, в том числе обеспечение сохранности данных при обмене информацией с клиентами;
- управление инцидентами информационной безопасности;
- обеспечение внутреннего и внешнего аудита системы информационной безопасности [2].

Функциональные требования к системе информационной безопасности должны быть неукоснительно соблюдены и учтены. К ним относятся:

- получение от должностных лиц (в зависимости от их иерархической подчинённости) информации, используемой ими для решения поставленных перед ними задач;
- должностные лица обладают возможностью использования всего арсенала средств как математического, так и программного обеспечения в интересах принятия необходимых им решений;
- при работе с системой участникам должно быть обеспечено диалоговое взаимодействие;
- методам и логике должностных лиц должны соответствовать процессы функционирования;
- особенности хранения информации должны соответствовать не только свойствам её источников, но и свойствам её потребителей;
- в предоставлении информации должна быть соблюдена её срочность, очерёдность и периодичность;
- возможность проведения объективного контроля, проверки промежуточных данных и результатов на основе протоколирования [1].

Только систематическое поддержание баланса между всеми составляющими системы информационной безопасности способно обеспечить её долгосрочное и бесперебойное функционирование. Поддержание такого баланса является основной задачей в целях обеспечения информационной безопасности.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

ПАО «Сбербанк» является одним из крупнейших банков России. В связи с этим его деятельность, как и деятельность других коммерческих банков, контролируется ЦБ РФ. Оказание широкого спектра банковских услуг подчёркивает его значимость как на национальном, так и на международном рынке.

Для обеспечения безопасности информации в ПАО «Сбербанк» создана целая система защиты информации. Она представляет собой совокупность требований, направлений, средств и мероприятий, способствующих сокращению уязвимости информации, а так же недопущению возникновения незаконного доступа, её утечки.

Необходимо отметить, что ПАО «Сбербанк» постоянно работает над методиками повышения экономической безопасности. В связи с этим особое внимание банк концентрирует на выборе персонала и проведении соответствующих инструктажей по безопасности. Если ознакомиться с контрактами Сбербанка, можно заметить, что в них обозначены персональные требования, функции персонала, в том числе ответственность за различного рода нарушения (в большинстве случаев именно персонал оказывает значительное влияние на информационную безопасность банка). Широкое распространение в деятельности Сбербанка получило введение в служебных документах грифа секретности. В связи с этим, для определённых категорий персонала характерно назначение увеличенной суммы оклада.

Если посмотреть со стороны потребителей банковских услуг, то для обслуживания своих клиентов банк так же использует большое количество информационных технологий с целью удобства пользования и повышения информационной безопасности, к примеру:

- интернет-банкинг;
- устройства самообслуживания;
- мобильный банк;
- работа с клиентами посредством SMS и E-mail рассылки.

Помимо того, что Сбербанк располагает собственными современными системами обеспечения безопасности, он так же призывает своих клиентов к тому, чтобы они сами осуществляли меры безопасности в силу разных видов использования информационных технологий.

Для того, чтобы убедиться в обеспечении информационной безопасности Сбербанка по отношению к клиентам, рассмотрим подробно каждый из пунктов.

«Сбербанк Онлайн» представляет собой систему, позволяющую совершать банковские операции без визита в банк. Перечислим меры информационной безопасности, соблюдение которых необходимо при работе с данным сервисом:

- для отмены или аннулирования операции нет необходимости вводить пароль. Только мошенники могут запросить пароль при осуществлении данных операций.
- при входе в приложение или же при подтверждении о выполнении операции ни в коем случае не стоит указывать номер своего паспорта, телефона или другие персональные данные.
- всегда осуществлять проверку реквизитов операции и читать данные SMS-сообщений. Ни при каких обстоятельствах не вводить пароль, если пришло сообщение с указанием операции, которую вы не совершали [5].

Кроме того, пароль для входа в приложение должен быть известен только непосредственно клиенту. Нельзя сообщать пароль своим близким, сотрудникам банка.

Перейдя к рассмотрению обеспечения информационной безопасности при пользовании устройствами самообслуживания, необходимо сказать, что клиенты банка ежедневно пользуются банкоматами. В связи с этим необходимо соблюдать определённые меры безопасности при каждом пользовании таким устройством:

- Прикрывать клавиатуру свободной рукой при проведении операций с необходимостью ввода пин-кода.
- Не принимать помощь у незнакомцев.
- Перед тем, как совершать операции в банкомате, проведите визуальный осмотр поверхности над клавиатурой, а также устройства для приёма карт. Если что-то вызывает подозрения подозрения – стоит воздержаться от пользования данным банкоматом [5].

Что касаемо приложения «Мобильный банк», то оно является достаточно новой разработкой, позволяющей через личный кабинет данного приложения оплачивать счета, пополнять баланс на телефоне и осуществлять другие не менее важные операции. У данного приложения так же существуют определённые меры безопасности:

- при утрате мобильного устройства, на который была подключена услуга «Мобильный банк» следует незамедлительно оповестить об этом оператора с целью блокировки SIM-карты, а так же обратиться в контактный центр банка и приостановить действия вышеупомянутой услуги;
- если клиентами была осуществлена смена номера, на который была подключена услуга «Мобильный банк», необходимо обратиться в ближайшее к внутреннее структурное подразделение (ВСП) и отключить данную услугу посредством оформления заявления на её отключение.
- Своевременно обновлять установленное на телефон антивирусное приложение [5].

Так же среди клиентов банка популярны SMS и E-mail рассылки. Приведём некоторые меры по защите при их использовании:

- Сбербанк всегда осуществляет адресное обращение. В любом сообщении, отправленном от имени Сбербанка, обязательно будут указаны последние цифры номера держателя карты;
- Сбербанк не рассыпает сообщения, содержащие форму для ввода персональных данных клиента;

- на оборотной стороне карты Сбербанка указаны официальные телефоны контактных центров, по которым вы можете позвонить, если полученное клиентом SMS вызывает тревогу или сомнения.

Кроме того, сотрудник банка никогда не требует у клиента информации о конфиденциальных сведениях (PIN- и CVC-коды), на это способны только мошенники.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в результате проведенного исследования можно утверждать, что поддержание информационной безопасности ПАО «Сбербанк» находится под контролем кредитной организации, о чём свидетельствует проводимые банком методики повышения информационной безопасности как для персонала, так и для его клиентов. В этом плане Сбербанк не стоит на месте, постоянно совершенствуется и развивается. Несмотря на уровень оснащенности информационной безопасности банка, несомненно, клиент неукоснительно должен следовать правилам, в том числе тогда, когда речь заходит о защите персональной финансовой информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабаш А. В., Баранова Е. К., Ларин Д. А. Информационная безопасность. История защиты информации в России. М.: КДУ, 2015. 516 с.
2. Гмурман А. И. Информационная безопасность. М.: БИТ-М, 2014. 387с.
3. Гришина Е. А. Сущность и роль стратегии инновационного развития в банковском секторе // Научное обозрение. 2015. № 6. С. 235–241.
4. Информационная безопасность организаций банковской системы Российской Федерации // Центральный банк Российской Федерации. URL: http://www.cbr.ru/credit/gubzi_docs/ (дата обращения: 09.10.2018).
5. Ваша безопасность // Сбербанк. URL: <http://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 14.10.2018).

УДК 336.025

ДОСТУПНОСТЬ БАНКОВСКИХ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ ЛЮДЯМ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Ю. В. Плохих, Н. С. Ушакова
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – в данной статье рассматривается необходимость оказания банковских цифровых услуг людям с ограниченными возможностями. Кредитные организации в современном мире постепенно адаптируются к этому, но проблема качественного обслуживания до сих пор актуальна. Меры, которые внедряет Центральный банк Российской Федерации, создают основу комфортной среды пользования информационными и инновационными технологиями для всего населения страны, в том числе и инвалидов, и маломобильных групп граждан. Банки должны стать доступными для людей с ограниченными возможностями.

Ключевые слова – цифровые услуги, банк, люди с ограниченными возможностями.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современная банковская система не перестаёт удивлять разнообразием способов обработки большого количества информации. Звук, текст, видеоизображение, анимация и графическое изображение – всё это присутствует в услугах банков, называемых цифровыми. Пользование такими носителями для простого человека не составляет больших неудобств или усилий, но стоит задуматься – необходимо ли данные цифровые услуги оказывать людям с инвалидностью и людям, входящим в маломобильные группы? Нужно ли для этого делать дополнительную работу или необходимость оказания таких услуг «особенным» людям в индивидуальном порядке не нужна? Такие вопросы, связанные с необходимостью оснащения удобного оборудования для людей с ограниченными возможностями, возникают при изучении информационных носителей в банковской системе, ведь любая информация должна быть доступна любому человеку. Люди с инвалидностью являются активными пользователями финансовых услуг. Большинство из них имеют счет в банке и банковскую карту. При этом каждый второй человек с инвалидностью уверен, что пользоваться финансовыми услугами ему сложнее, чем остальным людям.

Данная тема рассматривалась на основе статистических данных Федеральной службы государственной статистики (Росстата).

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования заключается в рассмотрении необходимости оказания цифровых услуг людям с инвалидностью и маломобильным группам граждан.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть современные банковские услуги, предоставляемые в цифровом виде;
- изучить оснащенность банков в России и зарубежном, предоставляемыми возможностью инвалидам и маломобильным группам граждан беспрепятственно ими пользоваться;
- проанализировать данные о наличии цифровых услуг для «особых» людей;
- доказать необходимость оказания банковских цифровых услуг людям с ограниченными возможностями.

Объектом исследования являются цифровые услуги коммерческих банков. Предметом исследования выступают данные о наличии таких услуг в банках для людей с ограниченными возможностями.

Теоретическую и методологическую основу составляют нормативно-правовые акты, статьи информационных порталов.

Используемые приемы и методы: наблюдение, описание, расчеты, анализ, табличный и графический способы представления информации.

III. ТЕОРИЯ

Цифровые услуги в банковской системе – это такие методы предоставления информации и её использования, которые включают в себя элементы цифровой экономики, представленные на рис. 1.



Рис. 1. Примеры цифровых услуг в банковской системе

Маломобильными группами населения называют лица старшей возрастной группы, 60 лет и старше, инвалиды трудоспособного возраста 16 - 60 лет, дети-инвалиды до 16 лет, дети до 8 - 10 лет, пешеходы с детскими колясками, временно нетрудоспособные. Инвалидом же признаётся лицо, которое имеет нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами, приводящее к ограничению жизнедеятельности и вызывающее необходимость его социальной защиты [8].

Зарубежная практика говорит об обеспечении людей с ограниченными возможностями не только традиционными элементами без барьера банковской среды в виде пандусов, дверных проемов, специальных парковок и невысоких стоек обслуживания. Возможен вариант с применением инновационных технологий обслуживания. Допустим, для слабовидящих людей банкоматы оборудуют входом для наушников и шрифтом Брайля на клавиатуре. Также при необходимости приглашается банковским учреждением сурдопереводчик. Маломобильными людьми может быть оформлена заявка на выездное обслуживание в собственный дом. Также организациями-посредниками предлагаются различные услуги, например, выстраивание видео коммуникации между клиентом и банком [1].

В России ситуация похожая. Российские банки в 2017 году сделали большой шаг в сторону адаптации отделений, банкоматов и цифровых сервисов для людей с инвалидностью, пожилых и маломобильных граждан, и осваивают культуру общения с такими клиентами [6]. Например, глава Сбербанка Герман Греф публично протестировал качество обслуживания таких клиентов, прийдя в отделение в костюме Gert, симулирующим инвалидность. Уже тысячи банкоматов установлены на низком уровне, доступном для людей, которые передвигаются с помощью инвалидных колясок и тысячи банкоматов оборудованы клавиатурой с азбукой Брайля, также банкоматы имеют аудиовыход и специальное программное обеспечение, позволяющее незрячим людям воспользоваться ими самостоятельно. Кроме того, например, мобильное приложение "Сбербанк Онлайн" адаптировано для клиентов с нарушением зрения на платформе iOS и Android. В пресс-службе «Почта-банк» сообщают: "Все клиентские центры оборудованы кнопками вызова сотрудников банка. Для слабовидящих людей на входной группе клиентских центров наклеены специальные желтые наклейки" [6].

В целях повышения доступности услуг кредитных организаций для людей с инвалидностью, маломобильных групп населения и пожилого населения Банк России издал письмо "О рекомендациях по обеспечению доступности услуг кредитных организаций для людей с инвалидностью, маломобильных групп населения и пожилого населения". Кредитным организациям даны рекомендации, как обеспечить доступность их услуг для инвалидов, маломобильных лиц и пожилого населения [4]. Рекомендации касаются:

- оснащения банкоматов, использования платежных карт и электронных средств платежа, обслуживания клиентов в офисах кредитных организаций. Так, на клавиатуре банкоматов целесообразно предусмотреть тактильные метки, позволяющие лицам с нарушениями зрения ориентироваться при вводе информации.
- возможности повторного прослушивания информации, отображаемой на экране банкоматов и терминалов, и вывода информации на экран укрупненным шрифтом.
- адаптации мобильных приложений и официальных сайтов кредитных организаций для удобства использования лицами с нарушениями зрения и слуха.
- разработки приложений. Следует избегать использования мерцающих элементов.

Оснащая офисы техническим оборудованием, следует помнить и про подготовку персонала для работы с инвалидами и маломобильным населением [2]. Необходимая совокупность способностей, знаний и умений, которые сотрудник кредитной организации должен использовать, представлены на рис. 2.



Рис. 2. Необходимые навыки, требующиеся для работы с людьми с ограниченными возможностями

Также стоит отметить, что Банк России намерен разработать специальный рейтинг кредитных организаций, возможно и применение жестких мер для тех, кто не выполняет рекомендации [7].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Рассмотрим количество инвалидов в России на протяжении последних 5 лет на основе данных Федеральной службы государственной статистики (Росстата) (табл. 1). Анализируя полученные данные, видно, что численность людей с инвалидностью изменяется, но незначительно. Необходимость оказания банковских цифровых услуг людям с инвалидностью и маломобильным группам граждан всё ещё остаётся актуальной.

ТАБЛИЦА 1
КОЛИЧЕСТВО ИНВАЛИДОВ В РОССИИ

Год	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Всего инвалидов, тыс. человек	13082	12946	12924	12751	12261	12111

Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) изучило финансовую доступность для людей с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательных функций [7]. По данным этого исследования можно увидеть следующую динамику: в табл. 2 представлены результаты использования инвалидами некоторых банковских услуг и населения в целом.

ТАБЛИЦА 2
ДИНАМИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ
ЛЮДЬМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

	Инвалиды	Население в целом
Имеют счет в банках, %	92	80
Имеют расчетную карту, %	82	79
Интенсивно используют счета, %	47	45

Имеют вклады, %	40	21
Имеют кредиты, %	16	32

Таким образом, можно сделать следующие выводы по данным таблицы: необходимость оказания цифровых услуг в банковской сфере высока. Современный мир уже является неотъемлемой частью новых информационных и инновационных технологий. Банки напрямую взаимодействуют с электронными средствами и другими технологиями. Из таблицы явно видно, что люди с инвалидностью и маломобильные группы граждан также как и обычные люди нуждаются в банковских цифровых услугах. Из данных показателей таблицы 2 можно определить, что получение некоторых услуг для инвалидов является важнее, чем для населения в целом. Например, 92% людей с ограниченными возможностями имеют счета в банках, а население России в целом – лишь 80%. Для наглядности данные, представленные в табл.2, изобразим на диаграмме (рис.3).

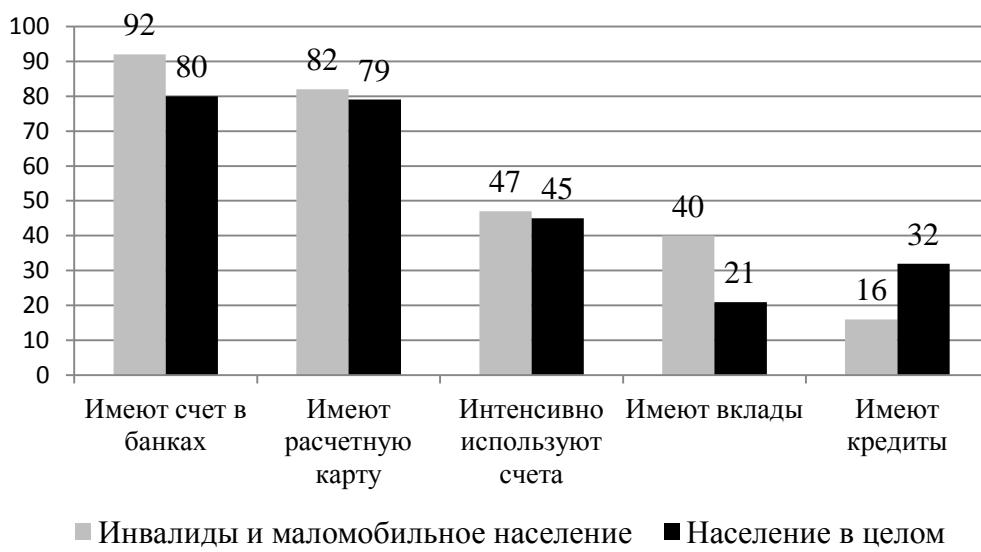


Рис. 3. Динамика показателей табл. 2

Самыми распространенными услугами для этой категории населения считаются: проверка баланса карты, истории операций по карте, перевод средств в другой банк, оплата сотовой связи и оплата жилищно-коммунальных услуг.

Наиболее часто встречающиеся проблемы очевидны по своей сути. При получении кредита незрячими людьми невозможно обойтись без посторонней помощи: изучить документы в бумажном или электронном виде невозможно, а дублирования документов на шрифт Брайля попросту нет; для людей с глухотой звонок в службу техподдержки с посторонней помощью корпоративными правилами, чаще всего, запрещен; обслуживание на дому обездвиженных людей во многих банках не предусмотрено.

Весной 2018 года НАФИ также составила рейтинг доступности российских банков для обслуживания людей с ограниченными физическими возможностями. В исследование вошли такие банки как «Альфа-Банк», «Бинбанк», «ВТБ», «Газпромбанк», банк «Открытие», «Почта Банк», «Райффайзенбанк», «Сбербанк», «Тинькофф Банк» и другие. В качестве критерии были выдвинуты следующие показатели (табл. 3)

ТАБЛИЦА 3
КРИТЕРИИ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЙТИНГА ДОСТУПНОСТИ БАНКОВ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ

Наименование критерия		
Визит на сайт	Телефонный звонок в банк	Визиты в три отделения банка
Что включает в себя		
Наличие интернет-банка	Наличие информации о доступных отделениях и банкоматах с клавиатурными тактильными признаками и возможностью использовать наушники	Наличие информации об адаптации отделения под потребности инвалидов снаружи у входа
Доступность онлайн чата	Возможность получить информацию об отделениях,	Наличие звуковых пультов у входа в отделение / кнопки

	адаптированных для инвалидов	вызыва / присутствие консультанта для помощи
Что включает в себя		
Легкость нахождения информации об отделениях адаптированных для обслуживания людей с ограниченными физическими возможностями	Возможность вызова консультанта на дом для открытия карточного счета	Доступность и безопасность входа в отделение
Наличие режима для слабовидящих		Наличие контрастных маркировок / тактильных наземных указателей при входе и звуков информации в зале обслуживания
Визуально выделенный номер телефона контакт-центра		
Возможности дистанционного доступа к счету через компьютер (программы, читающие с экрана)		
Отсутствие графических кодов подтверждения подлинности пользователя/возможность их отключения		
Доступность информации об адаптированных отделениях и банкоматах с клавиатурными тактильными признаками и возможностью использовать наушники		

В этом же исследовании было установлено: доступность банков удовлетворительная, только часть банков проделали работу по повышению доступности услуг. А поскольку инвалиды привыкли преодолевать большие трудности в своей жизни, то им сразу станут заметны даже малейшие положительные изменения.

Люди с ограниченными возможностями имеют трудности при общении с сотрудниками банка. Пока еще не все кредитные учреждения разработали программы и скрипты в области формировании навыков культуры общения с инвалидами.

По итогам исследования получились следующие результаты (рис.4).



Рис. 4. Рейтинг доступности банков для людей с ограниченными возможностями

Таким образом, доказать необходимость оказания банковских цифровых услуг людям с ограниченными возможностями не представляет трудности.

V. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Нашей стране есть к чему стремиться в данном направлении. Банки все же будут вынуждены менять свое отношение к таким людям. Банки должны были активизировать усилия и заняться оснащением офисов приспособлениями, которые помогут людям с ограниченными возможностями, беспрепятственно посещать

банк. Письмо «О создании безбарьерной среды для инвалидов» содержит напоминание о том, что с 1-го января 2016-го года вступили в силу законодательные поправки «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». По этим изменениям учреждения обязаны предоставить таким лицам возможность беспрепятственного доступа к объектам социальной инфраструктуры. По отношению к «особым» людям уже внедряются вспомогательные функции и работы. Оказание цифровых услуг постепенно вместе с увеличением количества будет и улучшаться качественно. Не только простые граждане смогут пользоваться, но и люди с особыми физическими отклонениями смогут беспрепятственно получать информацию необходимую информацию от банков, беспрепятственно пользоваться терминалами и банкоматами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Банки с ограниченными возможностями . URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=8525752> (дата обращения: 02.11.2018).
2. Белозерцева А. В. Доступность кредитных организаций для инвалидов и людей с малой мобильностью // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2017. № 8. С. 258–261.
3. Дружественность банков по отношению к клиентам с ограниченными физическими возможностями . URL: <https://nafi.ru/analytics/druzhestvennost-bankov-po-otnosheniyu-k-klientam-s-ogranichennymi-fizicheskimi-vozmozhnostyami/> (дата обращения: 03.11.2018).
4. О рекомендациях по обеспечению доступности услуг кредитных организаций для людей с инвалидностью, маломобильных групп населения и пожилого населения : информационное письмо Банка России от 12.05.2017 № ИН-03-59/20. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71576434/> (дата обращения: 02.11.2018).
5. О создании безбарьерной среды для инвалидов : информ. письмо Банка России от 29.07.2015 № 02-31-2/6553. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
6. Как российские банки стали охотнее обслуживать инвалидов и пенсионеров . URL: <https://ria.ru/economy/20171202/1510063750.html> (дата обращения: 01.11.2018).
7. Люди с инвалидностью активно пользуются финансовыми услугами . URL: <https://nafi.ru/analytics/lyudi-s-invalidnostyu-aktivno-polzuyutsya-finansovymi-uslugami/> (дата обращения: 04.11.2018).
8. Российская Федерация. Законы. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации : федер. закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ (последняя ред.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
9. Центральный Банк написал рекомендации по обеспечению доступности услуг банков для инвалидов и пожилых клиентов . URL: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=9736087> (дата обращения: 02.11.2018).

УДК 371+004

КАДРЫ И ОБРАЗОВАНИЕ КАК УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А. А. Белолобова

Омский государственный педагогический университет, Омск

Аннотация – В данной статьи рассмотрено понятие «Цифровая экономика», описаны предпосылки её становления, перечислены необходимые условия для становления цифровой экономики. Описаны необходимые изменения в кадровом составе для становления цифровой экономики, а так же рассмотрено влияние образования на появление новых специалистов для работы в условиях цифровой экономики и необходимость изменений в процессе обучения специалистов для цифровой экономики. Перечислены возможные методы развития ИКТ-компетентности будущих специалистов, как специалистов, необходимых для развития цифровой экономики.

Ключевые слова – цифровая экономика, ИКТ-компетентность, информационные технологии, информационно-образовательная среда ВУЗа.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современные технологии всё больше и больше проникают в нашу жизнь. Всё больше сфер человеческой жизни переходит на цифровой лад. правительство становится электронным, обучение дистанционным, банки становятся онлайн, а экономика становится цифровой. Изменения затрагивают практически все сферы человеческой деятельности и экономика не может стоять в стороне.

Изменение в сторону цифровизации обусловлено не только бурным развитием техники, но и изменениями в самом обществе. Изменяются не только технологии, но и то, как люди к ним относятся. Сменяются поколения не только техники, но и людей. Если раньше говорилось о поколениях X и Y, как о категориях людей для которых технологии появились в зрелом возрасте и о новом поколении, которое получило технологии в период становления. Сейчас же стоит говорить о людях поколения Z, как о людях, для которых технологии является неотъемлемой частью жизни. Для людей поколения Z (а именно это поколение приходит учиться в учебные заведения) цифровая реальность становится не менее существенной чем действительность. Именно это поколение детей уже через несколько лет выйдет на рынок труда.

Но и рынок труда стремительно меняется. На нем также происходит переход на цифровой лад. Именно изменения в сознании людей играют ключевую роль в необходимости перехода к цифровой экономике.

I. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цифровая экономика способствует созданию принципиально новых рабочих мест, на которые должны прийти принципиально иные специалисты, которые учатся в ВУЗах и ССУЗах уже сейчас.

Для формирования кадрового потенциала необходимо понимать то, каких специалистов мы хотим видеть на рынке труда уже завтра. Задача данной статьи – описание специалистов новой формации и описание способов развития необходимых компетентностей у обучающихся.

I. ТЕОРИЯ

В 2017 году Правительством Российской Федерации была разработана и утверждена программа по созданию условий для перехода страны к цифровой экономике. В тексте данной программы зафиксированы основные цели и задачи, необходимые для создания условий, способствующих развитию цифровой экономики в Российской Федерации [2].

Согласно данной программе цифровая экономика представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, которая способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы [3].

Опираясь на данное определение можно сказать, что цифровая экономика – это переход отрасли в цифровой формат, а также создание единого цифрового пространства и единой экосистемы для взаимодействия всех членов общества, которая призвана стать основой для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса и социальной сферы всего общества. Цифровая экономика должна способствовать переносу всех деловых процессов в виртуальную реальность.

Если говорить о работниках, которые будут вынуждены работать в новой среде, то в данных условиях должны трудиться практически те же специалисты, что и сейчас, но с развитыми ИКТ-компетенциями, притом речь идет не просто о специалистах, которые будут владеть какой-то одной конкретной программой или технологией, необходимой на их отрезке работ. Речь идет о специалистах, способных развиваться в сфере информационных технологий в рамках своей профессиональной деятельности, а так же специалисты, готовые воспринимать информационные технологии, как нечто естественное. Данные выпускники должны быть способны ориентироваться в информационном пространстве и действовать в нем также умело, как и в “оффлайн” реальности.

Это необходимо для того, чтобы готовые специалисты, выходя из учебных заведений на свое рабочее место, не попали в «реальность будущего», и для того, чтобы эти специалисты были готовы к цифровым реалиям.

Таким образом, можно сказать, что образование и кадры – это важные критерии для данного перехода.

На данный момент в федеральной программе “цифровая экономика” есть несколько направлений, все они способствуют цифровизации взаимоотношений между государством, бизнесом и социумом.

Некоторые направления программы реализуются уже с 2018 года. К этим направлениям относятся:

- Нормативное регулирование, как формирование правовой базы для развития технологий.
- Информационная безопасность. Притом здесь под информационной безопасностью воспринимается не только защита государственной тайны, например, но и защита информационного пространства человека, соблюдение прав и свобод человека.
- Информационная инфраструктура, как увеличение покрытия сети и обеспечение доступа к сетевым информационным ресурсам, в том числе и для обработки информации.
- Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов. В этом направлении рассматриваются вопросы о технической реализации проекта. Здесь речь идет о том, как эти технологии будут реализованы с технической точки зрения и о разработчиках новой системы.
- Кадры и образование. В данном направлении идет речь о необходимости ИКТ-компетенций у специалистов.

Основными показателями эффективности направления “Кадры и образование” стали:

- Количество выпускников образовательных организаций, получивших образование связанное с информационно-телекоммуникационными технологиями.
- Количество выпускников, обладающих компетенциями в области информационных технологий на среднем уровне.
- Доля населения, обладающая цифровыми навыками [1].

В рамках этого направления узкие специалисты в области информационных технологий не становятся единственной задачей. Но из программы становится видно, что каждый специалист, который будет работать в условиях цифровой экономики, должен обладать достаточным уровнем знаний для работы в цифровой среде.

I. РЕЗУЛЬТАТЫ

Учитывая то, что на сегодняшний день технологии сменяют друг друга достаточно быстро, невозможно говорить о том, чтобы научить выпускников работе в какой-то конкретной программе. Необходимо развивать в учениках и студентах навык работы в электронной среде в целом.

Отличительной чертой разрабатываемых сегодня образовательных стандартов является новый подход к формированию содержания и оценке результатов обучения на основе принципа: от «знаю и умею» — к «знаю, умею и умею применять на практике».

В данном случае под ИКТ-компетентностью подразумевается грамотное использование современных сред для сбора, хранения, передачи, обработки информации, в том числе при решении профессиональных задач.

Таким образом, под ИКТ-компетентностью подразумевается умение работать в электронной среде, независимо от профессиональной задачи, умение работать с электронными источниками и документами в различных сферах деятельности.

Это значит, что применять информационные технологии следует не только в рамках дисциплин, посвященных современным средствам обработки информации, а формирование данной компетенции должно происходить практически на всех дисциплинах.

Как уже говорилось, использование современных средств должно стать для обучающихся естественным процессом.

Помощником в развитии данной компетенции в рамках дисциплин, которые не посвящены изучению технологий может стать, например, информационно-образовательная среда ВУЗа. Развитие компетенций возможно и при использовании ИКТ на занятиях. Это может быть как использование электронных источников информации, так и организация занятий при помощи различных методик смешанного обучения,

при которых происходит абсолютно естественное внедрение технологий в повседневную жизнь обучающегося. При применении методик смешанного обучения обучающиеся смогут видеть необходимость технологий повседневной жизни и удобство их использования.

I. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Информационные технологии проникают в нашу жизнь и образование должно принять этот вызов. Смена запросов рынка труда должна внести корректизы в процесс обучения специалистов. Развивать ИКТ-компетентность специалистов необходимо не только в рамках дисциплин, направленных на усвоение знаний в области информационных технологий, но и внедряя технологии в различные виды деятельности обучающихся.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» : распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/2369d7266adb33244e178738f67f181600cac9f2.
2. Курьянова И. В. Цифровая экономика как новая парадигма глобального информационного сообщества // Формирование финансово-экономических механизмов хозяйствования в условиях информационной экономики: сб. науч. тр. III Междунар. науч.-практ. конф. К 100-летию Крымского федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Симферополь, 2018. С. 92–94.
3. Рыбаков О. Ю. Приоритеты развития информационного общества в России: правовое обеспечение // Мониторинг правоприменения. 2017. № 3 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prioritetы-развития-informatsionnogo-obschestva-v-rossii-pravovoe-obespechenie> (дата обращения: 30.10.2018).

УДК 336.71+336.73

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НЕБАНКОВСКИХ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ

Ю. В. Плохих, И. В. Самоличенко

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Статья посвящена актуальной теме развития банковской системы. Проанализированы институциональные особенности развития небанковских кредитных организаций в РФ за последние 5 лет. Цель исследования — изучение линий направленности и индивидуальных особенностей развития небанковских кредитных организаций, какие позиции они занимают в Российской Федерации. Задачи исследования состоят в изучении изменения количества и структуры небанковских кредитных организаций в России, а также факторов, повлиявших на эти изменения. Исследование выполнено с применением методов статистического анализа.

Ключевые слова – небанковская кредитная организация, банковская система РФ, рынок фондовых товаров и услуг, центральный контрагент.

I. ВВЕДЕНИЕ

Изучая шаги развития банковской системы России, возникает ряд вопросов, связанный с институциональным устройством банковской системы и функционального назначения ее основных элементов. Анализ экономической литературы показал, что НКО в России были недостаточны изучении, им придавалось мало значения. Сообразно точке зрения возможных авторов, вопросы, связанные с работой НКО, настоятельно просят больше широкого исследования и внимания. Институциональная конструкция банковской сферы – совокупность организаций (банковские и небанковские кредитные организации, банковская инфраструктура).

Следовательно, анализ особенностей формирования небанковских кредитных организаций в РФ выступает необходимым составляющим при изучении институциональной конструкции всей банковской сферы.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования – рассмотрение направлений и особенностей развития небанковских кредитных организаций в Российской Федерации.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть структуру небанковской кредитной организации;
- изучить количество небанковской кредитной организации в России;
- проанализировать полученные данные, а также факторы, повлиявшие на изменения.

Объект исследования – небанковские кредитные организации в РФ. Предмет исследования – данные о количестве небанковских кредитных организаций.

Теоретическую и методологическую основу составляют нормативно-правовые акты, статьи информационных порталов.

Используемые приемы и методы: расчеты, анализ, табличный способ представления информации.

III. ТЕОРИЯ

Небанковская кредитная организация по Закону «О банках и банковской деятельности»:

1) кредитная организация, имеющая право осуществлять исключительно банковские операции, указанные в пунктах 3 и 4 (только в части банковских счетов юридических лиц в связи с осуществлением переводов денежных средств без открытия банковских счетов), а также в пункте 5 (только в связи с осуществлением переводов денежных средств без открытия банковских счетов) и пункте 9 части первой статьи 5 настоящего Федерального закона (далее – небанковская кредитная организация, имеющая право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций);

2) кредитная организация, имеющая право осуществлять отдельные банковские операции, предусмотренные настоящим Федеральным законом. Допускаемые сочетания банковских операций для такой небанковской кредитной организации устанавливаются Центральным банком;

3) кредитная организация – центральный контрагент, осуществляющая функции в соответствии с Федеральным законом "О клиринге, клиринговой деятельности и центральном контрагенте". Допускаемые сочетания банковских операций для небанковской кредитной организации – центрального контрагента (далее – центральный контрагент) уточняются Центральным банком. Он вправе предопределять вспомогательные обстоятельства воплощения центральным контрагентом банковских операций [1].

Инструкцией ЦБ РФ № 135-И и последней редакцией закона № 395-1 установлено разделение небанковских кредитных организаций на 4 группы. Первую группу составляют расчетные НКО, являющиеся наиболее известным типом НКО в РФ (31 организация). Вторую группу составляют платежные НКО, характеризующиеся ограниченным кругом операций по сопоставлению с расчетными НКО (13 организаций). Третья группа – депозитно-кредитные НКО, являющиеся малочисленной группой, но на сегодняшний день их нет вообще. В последнюю четвертую группу относят НКО – центральный контрагент, представляющий собой НКО нового типа, выполняющий функции в соответствии с Федеральным законом №7 – ФЗ «О клиринге, клиринговой деятельности и центральном контрагенте» [2]. Отметим, что большее количество функционирующих НКО в минувшем составляли банками, которые после чего преобразовались в НКО по причине неспособности удовлетворить требований регулятора денежных средств.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

С 2009 года начинается значительный рост НКО за счет трансформации банков в них, а в 2012-2013 гг. уже наблюдается целенаправленное создание новых НКО для осуществления своей деятельности на финансовом рынке товаров и услуг (табл. 1). Отличительная черта НКО от банков связана с формой собственности НКО, чаще всего им присуща форма собственности в виде Общества с ограниченной ответственностью (почти 60% НКО зарегистрированы как ООО), доля НКО, выступающих в качестве акционерного общества, составляет 40 %, ЗАО – 29 %, ОАО – 11 % от общего числа. Наибольшая часть НКО (около 60%) сконцентрировано в столице РФ [3].

ТАБЛИЦА 1
КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ НЕБАНКОВСКИХ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ВИДУ
ОСУЩЕСТВЛЯЕМОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА 2013-2017 ГГ.

Вид деятельности НКО	2013г.	2014г.	2015г.	1.08. 2017г.	Темп прироста 2017 к 2013г.
Расчетные НКО	49	38	39	31	- 37 %
Платежные НКО	10	12	13	13	30 %
Депозитно-кредитные НКО	4	2	—	—	—
Центральный контрагент	1	1	3	1	0 %
Итого	64	53	55	45	- 30 %

С начала XXI века НКО начали вести активную деятельность, стараясь развивать и расширять свою клиентскую базу, постепенно завоевывая новые сегменты на разных рынках. Наиболее видно желание опережающего становления на период 2000-2009 гг. при сопоставлении темпов роста НКО и коммерческих банков. Темп роста активов НКО – в 32 раза, был выше данного показателя банков – в 16 раз. К 2013 г. данные характеристики выровнялись и составили уже 30 и 28, в соответствии с этим.

За этот период можно наблюдать долю убыточных небанковских кредитных организаций, составляющую 10-11 %. Но с 2012 года наблюдался подъем по количеству убыточных НКО и по абсолютной сумме убытков (в 2011 г. с 5 до 8 НКО в 2012 г. размер убытков равен с 32,4 млн. руб. до 38,2 млн. руб.). Ведущей предпосылкой настолько резкого наращивания суммы убытков в 2012 г. послужило начало работы нового вида НКО – платежных небанковских кредитных организаций.

Со ссылкой на Федеральный закон «О банках и банковской деятельности», покажем, что размер собственных небанковской кредитной организации должен быть не менее 90 млн. рублей. Так, для НКО, имевших размер капитала менее 90 млн. рублей на 01.07.2016 предусматривается возможность продолжить свою деятельность, но при условии, что размер их собственных средств не уменьшится по сравнению с уровнем, достигнутым на данную дату, и будет увеличен до требуемого минимума уже к 01.07.2019 года. На 01.01.2017 капитал 23 НКО составил более 90 млн. рублей. В последние годы количество небанковских кредитных организаций в отечественной банковской сфере начало сокращаться и на 01.01.2018 года их

число составило 44. Можно подытожить, что произошло сокращение на 31,3 % по сравнению с 2013 годом, это обуславливается необходимостью обеспечения устойчивости банковской системы, повышения уровня защиты клиентов [4].

Рассмотрев данный период времени можно понять, что более популярными все-таки являются расчетные небанковские организации, в отличие от других видов НКО. В 2017 году они составили 69 % от общей структуры, т. к. именно РНКО допускается осуществлять наибольший перечень банковских операций. На 2017 год РНКО составило 31, что на 18 меньше, чем в 2013 году. Темп их прироста равняется 37 %. Это объясняется тем, что Банку России на начало периода экономического кризиса 2014 г. пришлось ужесточить свою политику в отношении небанковских кредитных организаций, поэтому ряд РНКО лишились лицензий за нарушения или обанкротились.

Количество платежных небанковских кредитных организаций увеличивается. В 2013 году их было 10, в 2015 году стало 13, в 2017 году прибавления не происходило и количество осталось на прежнем уровне – 13. Прирост обусловлен не столь жесткими требованиями к созданию.

В 2013 году депозитно-кредитных небанковских организаций было 4, к 2015 году их не стало по основанию ограничений, связанных с расчетными операциями. Центральный контрагент был наименьшей по числу группой, начиная с 2013 г., в 2015 году насчитывалось 3, а к 2018 г. только 1 [3].

В реальное время действует один Центральный контрагент – крупный банк – «Национальный клиринговый центр» (НКЦ) (Акционерное общество). Является дочерней компанией Группы Московская Биржа. Начал работу с декабря 2007 года, проводя клиринговые операции на валютном рынке ММВБ, затем стал поэтапно распространять собственные функции на фондовый, срочный, товарный рынки, далее и на рынки драгоценных металлов и стандартизованных производных финансовых инструментов [5].

Начиная с 2013 года и по сегодняшний день, наблюдается уменьшение НКО. В случае если не брать во внимание данный показатель, можно определить, что небанковские кредитные организации все же являются жизнеспособными экономическими институтами, наличие которых нужно хотя бы для поддержания здоровой конкуренции. На начало 2018 года было зарегистрировано 30 расчетных небанковских организаций, 13 платежных небанковских организаций и 1 центральный контрагент (рис. 1).

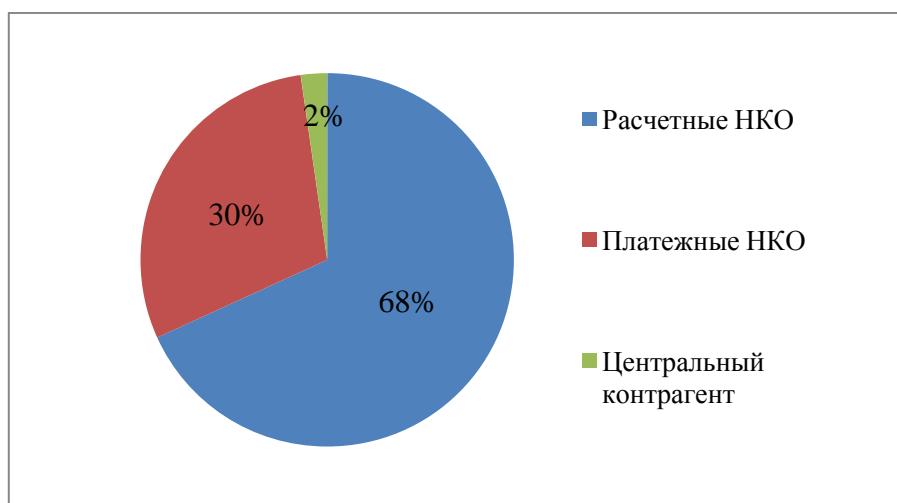


Рис. 1. Соотношение учрежденных НКО на 2018 год

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Однако развитие небанковских кредитных организаций в России способствует возникновению ряда проблем. Банк России больше внимания уделяет контролю коммерческих банков, а не небанковским кредитным организациям, поэтому НКО совершают операции, не разрешенные выданной им лицензией, а также осуществляют мошеннические действия. В таком случае Центральному банку следует уделять больше внимания работе небанковских кредитных организаций, создав специальные подразделения, которые бы осуществляли контроль за их деятельность. В это же время, наращивание количества небанковских кредитных организаций в национальной банковской системе считается фактором ее стабилизации. Например, ужесточение конкурентной борьбы воздействует на ущемление и повышение качества оказываемых услуг для хозяйствующих субъектов и населения.

Таким образом, определим надлежащие особенности институциональной структуры небанковских кредитных организаций в РФ:

- совокупность небанковских кредитных организаций с 01.01.2013 г. по 01.01.2018 г. сократилась на 31,5 % и составила 44 организации;
- основную долю занимают расчетные небанковские кредитные организации, которые в общей структуре НКО составляют 68,2 % .

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Федерация. Законы. О банках и банковской деятельности : федер. закон от 2 дек. 1990 г. № 395-1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Российской Федерации. Законы. О центральном депозитарии : федер. закон от 7 дек. 2011 г. № 414. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Центральный банк Российской Федерации : офиц. сайт. URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 04.11.2018).
4. Афанасьева О. Н., Часовских П. М., Рунова Е. Г. Современная кредитная инфраструктура и ее особенности : моногр. М.: Русайнс, 2018. URL: <https://spblib.ru/catalog/-/books/12317169-sovremenennaya-kreditnaya-infrastruktura-i-yeye-osobennosti> (дата обращения: 04.11.2018).
5. Макроэкономический анализ банковской сферы : учеб. / под ред. О. Н. Афанасьевой, С. Е. Дубовой. М.: КНОРУС, 2016. 460 с. URL: <https://www.book.ru/book/919522/view2> (дата обращения: 04.11.2018).

УДК 658 (075.8)

РАЗВИТИЕ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ РЕВОЛЮЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РЫНОК ТРУДА

В. В. Годунов, Н. А. Шкурин, О. Ю. Шевченко
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В работе рассмотрены понятие и сущность сервисной экономики. Цель исследования – изучение развития сервисной экономики в условиях технологического процветания, её интеграция в цифровую экономику. Цифровые технологии постепенно приводят к изменению человеческого восприятия и поведения, благодаря новейшим технологиям, которые успешно развиваются в условиях цифровой экономики. В наше время сложно найти человека, который тем или иным образом не вовлечен в виртуальный мир, называемый интернетом. Посредством него люди получают новую информацию, приобретают товары, услуги. Описаны направления внедрения новых технологий, таких как нейросети, нанотехнологии, мобильные приложения, в инфраструктуру сервисной экономики. Ключевой особенностью цифровой экономики является то, что её основой является информация и человеческие ресурсы. В условиях автоматизации процессов в производстве многие профессии, с большой долей вероятности, будут вытеснены с рынка, на их смену придут роботизированные системы. В то же время профессии, связанные с компьютерными технологиями, увеличатся.

Ключевые слова – технологии, сервис услуг, сервисная экономика, рынок труда.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сервисная экономика является одним из самых важных и перспективных видов экономической деятельности нынешнего столетия. 26 января, в швейцарском городе Давос завершился 48-й Всемирный экономический форум (ВЭФ), проходивший под лозунгом «Создание совместного будущего в раздобрленном мире». «Мы вышли за границы классического цифрового века и приблизились к чему-то более радикальному – появился искусственный интеллект, технологии многопоточного обмена данными» – предполагает Основатель ВЭФ Клаус Шваб. Все больше развитых стран ставят сферу сервиса на один уровень с другими. По данным Всемирной торговой организации, сервисная экономика включает более 150 различных видов услуг, из них можно выделить финансовые, образовательные, туристские, транспортные услуги [7]. С появлением цифровой экономики, появились виртуальные деньги (криптовалюта). На фоне появления электронных денег реальная экономика продолжает своё развитие. Однообразная механическая работа, выполняемая человеком, легко заменяется робототехникой, что сокращает время и увеличивает производительность труда. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что сфера сервиса в настоящее время является важнейшей составляющей экономической деятельности.

II. ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОЙ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая экономика – это фундаментальная часть архитектуры четвертой промышленной революции. Основатель Всемирного экономического форума К. Шваб, отмечает, что четвертой промышленной революции по масштабу, объему и сложности, нет аналогов за всю историю развития человечества. Она основана на технологиях, которые появляются в последние годы, включая искусственный интеллект, технологии работы с большими массивами данных, роботизацию, криптовалюту и др. «В последние три-четыре года фокус саммитов ВЭФ сместился с geopolитических и экономических проблем на вызовы, связанные со стремительными темпами развития технологий», – говорит Эндрю Мэйнард, директор Инновационной лаборатории в Университете штата Аризона. Цифровая экономика повлияет на все сферы жизни человека, что явно ощущается уже сейчас. В наше время сложно найти человека, который тем или иным образом не вовлечен в виртуальный мир, называемый интернетом. Посредством него люди получают новую информацию, приобретают товары, услуги, получают высококлассную классифицированную помощь. К концу 2016 года половина населения Земли, являлись пользователями всемирной паутины. Цифровая экономика отличается от остальных экономик тем, что в ней главную роль играет цифровая информация, а также методы управления ею. Цифровая трансформация происходит также в сфере сервиса. Согласно исследовательской компании McKinsey, с 2011 по 2015 год совокупный объем цифровой экономики России увеличился на 1,2 трлн руб., это в 9 раз быстрее роста ВВП страны. В 2015 году доля цифровой экономики достигла 3,9% ВВП. Исходя из этого, можно утверждать, что возможен дальнейший рост этих показателей [4]. «Сложная, но достижимая цель – утройение объема цифровой экономики с 3,2

трлн руб. в 2015 году до 9,6 трлн руб. в 2025-м, в ценах 2015 года», – предполагают эксперты McKinsey. В условиях автоматизации процессов в производстве многие профессии, с большой долей вероятности, будут вытеснены с рынка, на их смену придут роботизированные системы. В то же время профессии, связанные с компьютерными технологиями, увеличатся. Цифровая трансформация является очень длительным и важным процессом, который кардинально меняет стратегию компаний по вопросам бизнес-модели.

III. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мир современных цифровых технологий довольно разнообразен. Его составляют: технологии больших данных, технологии Blockchain, искусственный интеллект, технологии виртуальной и дополненной реальности, 3D печать, мобильные устройства, интеллектуальные датчики [2] и многое другое. Данные технологии входят в цифровую инфраструктуру новой экономики. Современные цифровые технологии активно внедряются и в сферу сервиса. Многие бизнес-процессы, такие, например, как, услуги связи, мобильные сервисы, банковские услуги, в сервисной экономике уже перестроены в соответствии с новой моделью развития цифровой экономики. Рынок мобильных услуг постоянно растет, развитие данного направления стало приоритетным. При этом широкое распространение получают как сами мобильные устройства, так и сервисы для них. Это связано с тем, что мобильные сервисы, являются одним из элементов комплекса маркетинга разных компаний, новым эффективным инструментом в борьбе за потребителя, что очень важно в сервисной экономике. Именно мобильные устройства и приложения к ним позволяют дополнить возможности каналов мобильной связи своими коммуникативными возможностями в различных сферах бизнеса. Предполагается, что число активных пользователей мобильных устройств к 2020 г. превысит 6,1 млрд человек [6].

Главные преимущества использования мобильных сервисов:

- постоянная доступность для пользователя;
- предоставление неограниченного объема информации значительному кругу потребителей;
- возможность скачивания и сохранения информации любое необходимое время.
- возможность поиска информации;
- автоматическая идентификация пользователей и организация оперативного получения микроплатежей.

Многие сервисные компании не мыслят своего существования без наличия собственного мобильного приложения, так как именно оно помогает организовать индивидуальный подход к клиенту за счет персонификации доставляемой ему информации, например, информации о новых услугах, скидках, программах лояльности и др. Оно обеспечивает удобное общение с клиентом, способствует привлечению новых клиентов, повышению имиджа компании, созданию индивидуального образа и выполнению миссии компании. Таким образом, можно смело предположить, что эта сфера использования мобильных услуг сулит нам много нового. В конце 2017 г. предлагалось более 2 млн приложений в iOS App Store и более 3,5 млн приложений в Google Play, причём число новых приложений продолжает расти в геометрической прогрессии. Однако, в связи с расширением областей использования, изменяются требования к функционалу мобильных приложений, который должен постоянно совершенствоваться и обновляться.

Следовательно, для внедрения новых сервисных технологий и перехода к цифровой экономике потребуются большие инвестиционные вложения, результат которых может быть получен не сразу.

IV. ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

Развитие экономики сервиса очень сильно изменит рынок труда и коснется всех сфер деятельности. Прежде всего будет развиваться новый вид трудовой деятельности, называемый экономикой по требованию [8]. Также, увеличится мобильность персонала, изменится в большую сторону технология вне офисной работы, в первую очередь это отразится на сфере сервиса. В организациях сферы информационных технологий количество работников, имеющих высшее образование составляет три четверти от общего числа работников, что доказывает нужду в информационно-коммуникационных компетенциях работников для спокойного ориентирования в условиях цифровой экономики [8]. Если рассмотреть структуру занятости передовых стран, то можно увидеть, что больше четверти рабочих мест, которые в мире относятся к категории «Знание», т.е. такие, предполагают собой решение сложных задач, требующих индивидуального творческого подхода. Количество работников данной категории является одним из основных показателей мировой конкурентоспособности стран и в процессе перехода к цифровой экономике сила влияния этого фактора будет только расти. В России это показатель едва достигает 17 % от всего количества рабочих мест[9]. По информации предоставленной Агентством стратегических инициатив и МШУ «Сколково» делается прогноз, что к 2030 г. полностью исчезнут 57 традиционных профессий и появится 186 новых, на четверти всех профессий будут работать роботы [10]. Для работы в условиях цифровой сервисной экономики необходимы новые профессиональные качества, а при подборе кадров основным фактором станет талант работника. В программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной

распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. №1632-р, базовым направлением названы кадры и образование. Основные цели программы — это усовершенствование образовательной системы для подготовки кадров, отвечающих требованиям цифровой экономики, создание стимула для работы в условиях цифровой экономики, а также способность конкурировать на рынке труда цифровой экономики.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сервисная экономика целиком основывается на современных технологиях, таких как: искусственный интеллект, роботизация, технология работы с большими данными. В сферу цифровой сервисной экономики, помимо работников, также вовлечены все потребители, которые активно пользуются интернетом, извлекая из него нужную для себя информацию, также покупают товары и услуги. Под воздействие цифровой экономики попадают все сферы человеческой жизни, что приводит к изменению поведения самого человека. Главной отличительной чертой цифровой экономики является то, что ресурсом является цифровая информация. Информация, приносящая новые знания, становится активом, цена которого только растет. Сервисная экономика перестраивается на активное внедрение цифровых технологий, в первую очередь речь идет об услугах связи, банковских услугах, туристских услугах и др. Это повлечет за собой изменения на рынке труда. Поменяется структура рынка труда в данной сфере, так как исчезнут одни профессии и появятся другие. Для успешной работы в сфере сервиса, необходимо развитие цифровых навыков, которые необходимо развивать в процессе обучения новых кадров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдеева И. Л. Анализ перспектив развития цифровой экономики в России и за рубежом // Цифровая экономика и индустрия 4.0: проблемы и перспективы: тр. науч.-практ. конф. с междунар. участием / Изд-во Политехнического ун-та. СПб., 2017. С. 19–25.
2. Лавренченко С. А., Гладская И. Г., Згонник Л. В., Сумзина Л. В. Умный энергометр // Управление качеством электрической энергии: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 23–25 нояб. 2016). М., 2016. С. 177–184.
3. Морозов М. А., Морозова Н. С. Влияние мобильных приложений на развитие туристской индустрии // Вестник Национальной Академии туризма. 2015. № 4 (36). С. 17–20.
4. Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в туристской индустрии. М.: КНОРУС, 2017. 276 с.
5. Морозов М. М., Савин М. А. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях как способ продвижения турпродукта // Туризм и региональное развитие: сб. науч. ст. Смоленск, 2017. Вып. 10. С. 73–76.
6. Морозова Н. С., Морозов М. М. Информационное сопровождение туристского бизнеса // Туризм и региональное развитие: сб. науч. ст. Смоленск, 2016. Вып. 9. С. 60–64.
7. Предводителева М. Д., Балаева О. М. Основные тенденции развития российской сферы услуг // Маркетинг услуг. 2008. № 4. С. 248–256.
8. Сизова И. Л., Хусяинов Т. М. Труд и занятость в цифровой экономике: проблемы российского рынка труда // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2017. Т. 10, вып. 4. С. 376–396.
9. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо. 2016. 138 с.
10. Шеенко Е., Стасевич О. Цифровая экономика и российские компании: уровень использования и готовность к переходу на цифровые технологии // Цифровая экономика: альманах. М., 2017. С. 116–127.
11. Яковлева Е. Л., Селиверстова Н. С., Григорьева О. В. Концепция электронного кочевника: риски развития цифровой экономики // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. Т. 11, № 4. С. 226–241.

УДК 303.094.5:332.871.2

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ СРАВНИТЕЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ ЖКХ

С. В. Тарута, Т. В. Конорева

¹Омский государственный технический университет, Омск

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,

Аннотация – В настоящее время множество государственных ведомств, муниципальных административных учреждений, рейтинговых агентств, общественных объединений и коммерческих организаций в сфере управления ЖКХ пытаются составить рейтинг управляющих компаний. Для составления рейтингов осуществляется оценка деятельности управляющих компаний и сравнение друг с другом, а также ранжирование по определенным методикам. Целью работы является определение актуальности проведения сравнительной оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ. Автором поясняется термин «управляющая компания». Описана практика проведения сравнительной оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ государственной жилищной инспекцией Омской области, Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации. Автор статьи пришел к выводу, что проведение сравнительной оценки весьма актуально, поскольку влияет на принятие решений как органами власти федерального, регионального и местного уровней, а также на решения простых граждан пользователей жилищно-коммунальных услуг.

Ключевые слова – управляющая компания, жилищно-коммунальное хозяйство, оценка деятельности, рейтинг УК.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время множество государственных ведомств, муниципальных административных учреждений, рейтинговых агентств, общественных объединений и коммерческих организаций в сфере управления жилищно-коммунальным хозяйством (ЖКХ) составляют рейтинги управляющих компаний. Критерии оценки и методики расчетов при этом не всегда доступны пользователям информации. А подчас примитивны по набору критерии и не отражают объективного положения дел, то есть эффективности деятельности управляющих компаний. При этом рейтинги, как правило, размещаются в сети Интернет и доступны многим пользователям, как простым потребителям жилищно-коммунальных услуг так и государственным ведомствам. Что в свою очередь влияет на принятие решений при оценке деятельности управляющих компаний на всей территории Российской Федерации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является определение актуальности проведения сравнительной оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ.

Основными задачами исследования являются:

- рассмотреть теоретические подходы к понятию «управляющая компания ЖКХ»;
- описать практику проведения сравнительной оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ;
- рассмотреть цели проведения сравнительной оценки деятельности управляющих компаний ЖКХ.

III. ТЕОРИЯ

Определимся для начала с термином «управляющая компания». Современный экономический словарь трактует управляющую компанию – как «компанию, созданную в целях управления собственностью, пакетами акций, долями, паями в имуществе, выполняющую управленические функции; действующую обычно как трастовая компания» [1].

В нормативных источниках термин «управляющая компания» употребляется для характеристики компаний по управлению инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, розничного рынка, банковского холдинга, индустриального (промышленного) парка, особой экономической зоной, территории опережающего социально-экономического развития, международного медицинского кластера, средствами пенсионных накоплений.

В российской же практике управляющей компанией называют коммерческую организацию, юридическое лицо, осуществляющее доверительное управление каким-либо имуществом других физических и юридических лиц, переданным в соответствии с договором доверительного управления. Помимо вышеназванных организаций, также управляющими компаниями называют организации, созданные для осуществления управленческих функций в любых холдинговых компаниях и финансово-промышленных группах.

Но самое распространённое в практике – это когда под «управляющей компанией» подразумевают компанию, занимающуюся управлением в системе жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ). Как правило – это юридическое лицо, созданное для управления и/или эксплуатации, надлежащего технического и санитарного содержания многоквартирных домов и придомовой территории на основе возмездного договора с собственниками.

Стоит отметить, что жилищное право не содержит такого понятия как «управляющая компания», однако в Жилищном кодексе есть толкование созвучного термина «управляющая организация» – это «юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по управлению многоквартирным домом» ст.20 п.4.2. [2].

Управляющая организация в соответствии с Жилищным кодексом представляет один из трёх способов, которыми может осуществляться управления многоквартирным домом. В ст. 161 п.2. говорится, что «собственники помещений в многоквартирном доме обязаны выбрать один из способов управления многоквартирным домом:

- 1) непосредственное управление собственниками помещений в многоквартирном доме, количество квартир в котором составляет не более чем тридцать;
- 2) управление товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом;
- 3) управление управляющей организацией» [2].

Толкование «управляющей организации» встречается также в «Методическом пособии по содержанию и ремонту жилищного фонда. МДК 2-04.2004» от 2004 г., где сказано, что «управляющая организация – организация, уполномоченная собственником жилищного фонда осуществлять управление жилищным фондом с целью его надлежащего использования и обслуживания, а также обеспечения потребителей жилищно-коммунальными услугами»[3].

Стоит вспомнить, что в ст. 161п.2.3. Жилищного кодекса дается точное определение сферы деятельности управляющих организаций: «При управлении многоквартирным домом управляющей организацией она несет ответственность перед собственниками помещений в многоквартирном доме за оказание всех услуг и (или) выполнение работ, которые обеспечивают надлежащее содержание общего имущества в данном доме и качество которых должно соответствовать требованиям технических регламентов и установленных Правительством Российской Федерации правил содержания общего имущества в многоквартирном доме, за предоставление коммунальных услуг в зависимости от уровня благоустройства данного дома, качество которых должно соответствовать требованиям установленных Правительством Российской Федерации правил предоставления, приостановки и ограничения предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домах, или в случаях, предусмотренных статьей 157.2 настоящего Кодекса, за обеспечение готовности инженерных систем» [2].

Таким образом, следует различать юридический термин «управляющая организация» и повсеместно используемое название «управляющая компания ЖКХ».

В настоящее время УК в сфере ЖКХ – это обозначение рода деятельности, которая может осуществляться организациями разных организационно-правовых форм: Индивидуальный предприниматель (ИП); Общество с ограниченной ответственностью (ООО); Акционерное общество (АО), Товарищество собственников недвижимости (ТСН), к которым относятся в том числе Товарищество собственников жилья (ТСЖ); Потребительский кооператив (жилищный (ЖК) или жилищно-строительный кооператив (ЖСК), иной специализированный потребительский кооператив); унитарные предприятия (МУП); некоммерческие партнерства (НП).

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим примеры рейтингов управляющих компаний в Российской Федерации. Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства «ГИС ЖКХ», собирая данные об управляющих компаниях, сама на своих страницах не строит рейтинги УК. В новостной строке если и употребляются рейтинги в различных регионах, то это данные Государственной жилищной инспекции [4]. Ау неё не существует общероссийской методики оценки деятельности УК. Поэтому в каждом регионе придумали свою методику оценки. Но, в большинстве случаев, это узкоспециализированные критерии оценки, такие как: количество рассмотренных Госжилинспекцией обращений граждан; количество выданных предписаний; количество санкций, примененных Госжилинспекцией к оцениваемой УК. При

этом объектом оценивания являются только управляющие организации, хотя на многих официальных сайтах данная оценка именуется «Рейтинг Управляющих компаний», например в Кемеровской области [5].

Например, в Омской области Госжилинспекция составляет рейтинг управляющих организаций ежеквартально. По итогам II квартала 2018 года 162 обслуживающих организаций региона оценивались по показателям качества предоставления жилищно-коммунальных услуг и распределились следующим образом:

- 96 обслуживающих организаций характеризуется положительными показателями;
- 3 – управляющие компании с удовлетворительными показателями предоставления ЖКУ;
- 1 жилищная организация с низким качеством предоставляемых услуг.

Основная часть управляющих компаний города качественно выполняет свою работу, обеспечивая при этом омичам комфортное проживание в многоквартирных домах. При этом 62 организации (38%) не предоставили данные для расчета рейтинга [6].

В соответствии с Указом Президента от 7 мая 2012 года № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг» [7] для содействия уполномоченным органам в осуществлении контроля за выполнением организациями ЖКХ своих обязательств в регионах должна быть создана сеть общественных организаций.

В Казани система рейтинга управляющих компаний пока разрабатывается: ориентировано в ней будет 82 критерия. Собранных в 10 блоков. А пока рейтинг УК составляется всего по одному критерию: проценту выполненных заявок жителей в системе «Открытая Казань», где аккумулируются заявки жителей со своего города. Рейтинг УК выстраивается системой автоматически с ежедневным обновлением и размещается на главной странице системы. Кроме того, еженедельно рейтинг размещается на странице комитета ЖКХ исполкома Казани. На ноябрь 2018 г. из свыше 1,8 млн заявок жителей, принятых и обработанных в «Открытой Казани» с 2012 по 2017 гг., около 200 000 созданы зарегистрированными пользователями и 1,6 млн обращений поступили через call-центр системы «Открытая Казань».

В Новосибирске рейтинг УК определяется на конкурсе на звание лучшей УК, который проходит в два этапа: районный и городской. Многоквартирные дома оцениваются по следующим критериям: санитарное и техническое состояние фасадов, цоколей, отмосток, приямков, контейнерных площадок, мусоропроводов, лифтов, лестничных клеток, подвальных помещений, системы водостоков, дворовой территории, а также творческий подход в оформлении придомовой территории и инструктирование населения о правилах пожарной безопасности. Также при подведении итогов конкурса учитывается количество баллов, набранных управляющими организациями в городских конкурсах: «Зеленый двор», «Лучший снежный городок», «Дом образцового содержания», «Лучший подъезд», «Лучший по профессии в сфере жилищно-коммунального хозяйства», а также в конкурсе, посвященном празднованию Дня города.

Что касается столицы РФ г. Москва, то там рейтинг УК публикуется на открытом портале Правительства Москвы (data.mos.ru). Управляющие организации оцениваются ежегодно Мосгосжилинспекцией по трём основным показателям: количество нарушений, уровень надежности и степень удовлетворения населения. Среди составных данных критерии есть такие как обращения на портал «Наш город» в расчёте на 1000 кв.м.; коэффициент возраста МКД; стандарты раскрытия информации на официальный сайтах; доля устранивших нарушений, выявленных Мосгосжилинспекцией; нарушения на 1000 кв.м.; величина штрафных санкций на 1000 кв.м.

Стоит отметить, что многие рейтинговые агентства составляют рейтинг на основе ранжирования данных об объемах выручки УК, численности сотрудников УК, объемами закупок у ресурсоснабжающих организаций, что является малопоказательным для оценки деятельности УК.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Что касается научной проработки данной темы, то, несмотря на актуальность данного вопроса, по-настоящему проработанных рейтинговых систем оценки существует минимальное количество, но новые работы постоянно появляются, например [8].

Что касается методик общероссийского масштаба, то набирая «рейтинг УК» в поисковой строке любого браузера Вы попадёте на сайт «МинЖКХ.РУ». Некоммерческий общественный проект «МинЖКХ.РУ» [9]. Сайт общественного инициативного проекта по раскрытию информации о деятельности управляющих компаний и товариществ собственников жилья. Сегодня в базе МинЖКХ 47,3 тысячи управляющих компаний и ТСЖ, 8,5 тысяч населенных пунктов, 83 региона и 724,1 тысячи домов.

В рейтинге сайта «МинЖКХ.РУ» УК структурированы в три группы (см. рис.1):

- зеленая – хорошо работающие УК, заслужившие высокую оценку собственников и не имеющие претензий со стороны контролирующих организаций;
- желтая – средние УК;
- красная – худшие УК, которые могут прекратить работу на рынке жилищно-коммунальных услуг, если не скорректируют свою деятельность.

Методика оценивания УК включает шесть основных критерии:

1. Просроченные платежи УК ресурсоснабжающим организациям или долги перед ними.
2. Состоительность и действительность жалоб жителей.
3. Игнорирование предписаний Госжилинспекции.
4. Штрафы, выписанные административной комиссией за различные нарушения при содержании дома.
5. Оформление единой коммунальной квитанции.
6. Публикация отчетов о деятельности УК на своем сайте и на других ресурсах, предложенных для размещения.

№	Компания	Город	Домов	Адрес	Телефон
1	УК «Левобережье»	Омск	466	ул. Левкова, д. 13	8 (3812) 79-00-00
2	УК «Администрация Октябрьского административного округа города Омска»	Омск	202	ул. Лизы Чайкиной, д. 1	32-20-62
3	УК «Жилищник З»	Омск	110	ул. Северная 24-я, д. 204, к. 6	8 (3812) 61-91-29
127	ТСЖ «Полет»	Омск	5	ул. В Линия, д. 219	8 (8312) 54-88-12
128	ЖСК «Премьер»	Омск	5	ул. 20 лет РККА, д. 131	8 (3812) 32-18-95
129	УК «УК Омседомсервис»	Омск	5	ул. Моторная, д. 8, п. 33	38-49-40
438	ТСЖ «Энергетиков 68»	Омск	1	ул. Энергетиков, д. 68	7 (904) 825-49-70
439	ТСЖ «Энтузиаст»	Омск	1	ул. Коммунальная, д. 13А	8 (3812) 52-80-86
440	ТСЖ «Южный»	Омск	1	ул. Котельникова, д. 11	8 (3812) 41-96-17
441	ТСЖ «Янтарный»	Омск	1	ул. 10 лет Октября, д. 70, п. 22	7 (913) 965-46-48

Рис. 1. Пример сайта «МинЖКХ.РУ» с рейтингом управляемых компаний

Пожалуй, самым главным рейтингом можно назвать «Всероссийский рейтинг организаций, осуществляющих управление многоквартирными домами», рассчитываемый на сайте reformagkh.ru [10]. Ресурс reformagkh.ru приказом Министерства регионального развития Российской Федерации от 2 апреля 2013 года № 124 определен официальным сайтом в сети Интернет, предназначенным для раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами. Информация раскрывается в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 23 сентября 2010 г. N 731 «Об утверждении стандарта раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами», а также Приказом Минстроя России от 22 декабря 2014 г. № 882/пр «Об утверждении форм раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами» [11,12].

Название	ИНН	Количество домов	Площадь, м ²	Рейтинг
ТСЖ "Дорожник-2"	5507051330	1	5727.20	★★★★★
ТСЖ "Рассвет"	5501227280	1	12811.60	★★★★★
ТСН "Зазерная 3"	5501124599	1	12444.70	★★★★★
ООО "УК "Новый дом"	5505209420	17	102881.40	★★★★★

В список «ОМСК» включены данные о 452 управляющих организациях (из них 176 управляющих компаний и 276 ТСЖ, ЖСК и иных специализированных кооперативов)

обслуживающих 4 608 дома
общей площадью 24 816 197.00 кв.м

Также имеются сведения о 0 управляющих организациях, в настоящее время не осуществляющих управление домами

СТАНДАРТ РАСКРЫТИЯ

Рис. 2. Данные сайта «reformagkh.ru» с рейтингом управляющих компаний

Данный рейтинг осуществляет оценку эффективности деятельности управляющих организаций, товариществ собственников жилья, жилищных кооперативов и иных специализированных потребительских кооперативов по всей территории РФ на основании сведений предоставляемых самими участниками. Оценка при этом выставляется по определенной в 2011 г. методике по пяти основным направлениям: масштаб деятельности; финансовая устойчивость; эффективность; репутация; прозрачность. Для большей наглядности итоговый рейтинг был преобразован из буквенного (AAA – наивысшая оценка, AA – очень высокая ... D – предельно низкая) в «звездный» (5 звезд – наивысшая оценка, 1 звезда – предельно низкая), где по-прежнему есть данные не рассчитываемые в силу отсутствия или неполного заполнения данных участниками проекта. На ноябрь 2018 года по Омску в список включены данные о 452 управляющих компаниях (из них 176 управляющих организаций и 276 ТСЖ, ЖСК и иных специализированных кооперативов), из которых порядка 15% с нерассчитанными оценками (см.рис. 2).

Ещё один востребованный получателями услуг ЖКХ и органами власти, обязательный для заполнения поставщиками услуг ЖКХ сайт «Гис ЖКХ» (Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства), поддерживаемый Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации. Данный информационный ресурс о деятельности организаций коммунального комплекса, в том числе организаций, осуществляющих деятельность в сфере управления многоквартирными жилыми домами вообще не содержит информации об оценке деятельности УК.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рейтинги УК составляются регулярно с 2008 года различными официальными органами в большинстве регионов Госжилинспекции, общественными объединениями и фондами.

Объективно составленные рейтинги УК позволяют повысить ответственность УК, стимулировать конкуренцию между ними, позволят усилить контроль за деятельностью УК со стороны органов власти (федерального, регионального и муниципального уровней) и обеспечат ресурсоснабжающие организации и потребителей услуг ЖКХ объективной информацией о качестве работ УК, а также помогут потребителям в выборе организаций по управлению многоквартирным домом.

Список литературы

12. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2017. 512 с. (Библиотека словарей «ИНФРА-М»).
13. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 03.08.2018). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 26.10.2018).
14. Методическое пособие по содержанию и ремонту жилищного фонда. МДК 2-04.2004 (утв. Госстроем России). Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 26.10.2018).

15. Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства // ГИС ЖКХ. URL: <https://dom.gos-uslugi.ru/#!/main/> (дата обращения: 25.10.2018).
16. Государственная жилищная инспекция Кемеровской области : офиц. сайт. URL: <https://www.gosgil42.ru/o-rabote-inspekteii/perechni-informatsionnykh-reestrov/reyting-uk-2017.php> (дата обращения: 20.10.2018).
17. Омская Губерния. Государственная жилищная инспекция Омской области . URL: http://gzhi.omskportal.ru/ru/RegionalPublicAuthorities/executivelist/GZHI/news/_12-07-2018.html?printVersion=true (дата обращения: 20.10.2018).
18. О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг : указ Президента РФ от 7 мая 2012 года № 600. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 26.10.2018).
19. Российская Федерация. Законы. О Фонде содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства : федер. закон от 21.07.2007 № 185-ФЗ (ред. от 23.04.2018). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 20.09.2018).
20. Об утверждении стандарта раскрытия информации организациями, осуществляющими деятельность в сфере управления многоквартирными домами : постановление Правительства РФ от 23.09.2010 № 731 (ред. от 27.03.2018). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.09.2018).
21. Тарута С. В. Научные основы и логика исследования проблемы разработки универсальной авторской методики рейтингования управляющих компаний // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. магистрантов (Омск, 21 нояб. 2018 г.). Омск , 2018. С. 21–23.
22. МинЖКХ : сайт общественного инициативного проекта по раскрытию информации о деятельности управляющих компаний и товариществ собственников жилья. URL: <http://mingkh.ru/omskaya-oblast/omsk/> (дата обращения: 25.10.2018).

Секция 3.

ТУРИЗМ КАК ЗНАЧИМОЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И УСЛОВИЯ ПЕРСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ

УДК 908.

ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА ОМСКА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ТУРИЗМА

И. Е. Карасев, Е. В. Мельникова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация: в статье анализируется литературный потенциал г. Омска и его роль в развитии литературного туризма в регионе. Авторы акцентируют внимания на авторах, чьи судьбы и творчество были связаны с Омском, а также литературные места, которые могут стать основой для проведения литературных экскурсий. Особое внимание уделено весомому литературному региональному потенциалу.

Ключевые слова – Омск, литературный туризм, литературные имена Омска, литературный потенциал Омска.

I. ВВЕДЕНИЕ

Понятие «литературный туризм» неразрывно связано с почитанием литературных произведений и с традициями изучения региональной литературы. Как правило, турист, отправляющийся по литературному маршруту, посещает места, связанные с жизнью и творческой деятельностью писателя, «адреса» его литературных героев, воспринимает окружающее пространство сквозь призму сложившегося у него литературного образа [3, С. 166].

Литературный туризм, являясь разновидностью культурно-познавательного туризма, выполняет важные функции:

- 1) является средством воспитания гармоничной личности, рассказывая о жизни известных людей;
- 2) прививает человеку чувство патриотизма;
- 3) погружает в мир любимых авторов, параллельно информируя о культуре и традициях страны;
- 4) способствует формированию интеллектуальной и эстетической сторон личности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Далеко не любой город имеет весомый потенциал для развития литературного туризма. Омск входит в число регионов, у которых литературный потенциал весом. Наша цель – охарактеризовать литературный потенциал региона, систематизировать известные имена и литературные достопримечательности, способные стать движущей силой развития данного вида туризма.

III. ТЕОРИЯ

Омск славится именами, которые вошли как в литературу великой Сибири, так и в общенациональную литературу. Кто-то из писателей прожил здесь всю жизнь, а кто-то был связан с Омском только некоторое время.

Безусловно, одной из ключевых фигур литературного Омска является Ф. М. Достоевский. Омская каторга сыграла огромную роль в жизни и творчестве писателя. В честь автора в городе названа улица, на которой находится Литературный музей имени Ф. М. Достоевского. Это здание – бывший дом коменданта крепости А. Ф. де Граве, в гостях у которого бывал писатель. На здании музея висит мемориальная доска с горельефом писателя. Также мемориальные доски с именем Достоевского есть на Тобольских воротах, на здании облвоенкомата (бывшей Гауптвахте), на здании старого госпиталя по улице Гусарова. В 2000 г. В сквере у Драмтеатра был установлен памятник писателю, а в 2004 г. Омскому государственному университету было присвоено имя Ф. М. Достоевского. Также памятник писателю установлен на территории старой крепости, рядом с Тарскими воротами.

Особое место в литературном Омске занимает Леонид Мартынов – поэт и летописец города. В 1984 г. Торжественно была открыта мемориальная доска на доме, в котором прошло детство и юность писателя (улица Расных Зорь, 30). Помимо этого, в Омске недалеко от спортивно-концертного комплекса им. В. Блинова есть бульвар Л. Мартынова. В 2001 г. Здесь был заложен камень – начало аллеи омских литераторов. Имя Мартынова привлекает сегодня омичей. Например, коллектив кафедры туризма,

гостиничного и ресторанного бизнеса ОмГТУ совместно со студентами и магистрантами разрабатывает проекты литературных экскурсий, связанных с именем поэта, концепцию сайта «Литературный Омск», где особое место отведено жизни и творчеству Л. Мартынова.

С Омском связана и судьба известного поэта Р. Рождественского, который жил в двухэтажном доме по улице Карла Либкнехта, 34. Поэт учился в гимназии №19 (ныне – Институт развития образования Омской области), на которой в 2002 г. Была установлена мемориальная доска.

К литературным объектам Омска можно отнести дом писателя Антона Сорокина по улице Лермонтова, 28. По субботам и воскресеньям сюда приходили литераторы и художники, здесь устраивали художественные выставки и литературные вечера. Сегодня рядом с домом функционирует цветочный рынок.

С нашим городом связана судьба и известного детского поэта Тимофея Белозерова, жившего в доме №2 по улице Ч. Валиханова. На этом доме есть мемориальная доска с горельефом писателя. Имя писателя носит улица в городке Нефтяников, на левом берегу есть библиотека имени Т. Белозерова и даже в Омском речном пароходстве один из танкеров назван именем поэта. На аллее литераторов есть мемориальный камень с именем Т. Белозерова.

Литературное творчество началось в Омске и у Всеволода Иванова – автора известного текста «Бронепоезд 14-69». С 1917 по 1921 гг. он находился в Омске, работая типографским наборщиком. Писатель жил и работал в Газетном переулке, 3. Сегодня здесь находится МП «Омскархитектура». С именем Иванова в городе связана улица и мемориальная доска на фасаде школы №125.

Омск – это родина и писателя-революционера Феодосия Березовского, в основу произведений которого лег местный сибирский материал. В городе есть улица Березовского, на которой раньше стоял деревянный дом, где жил и работал писатель. В 1956 году в доме был открыт мемориальный музей, но в перестроенное время дом был разобран, а архив автора был передан в Литературный музей. В 1956 г. При доме-музее также была открыта библиотека его имени, в 1990 г. Переехавшая по адресу ул. Малиновского, 62. Но впоследствии и библиотека была ликвидирована.

С омской литературой связана судьба и Павла Николаевича Васильева. В 1928 году его семья из Павлодара переехала в Омск и поселилась в двухэтажном деревянном доме по улице 5-й Армии, 7. Сейчас этот дом снесен. В 2000 году к 90-летию со дня рождения писателя на здании редакции газеты «Рабочий путь» (затем – «Омской правды») была открыта мемориальная доска с барельефом П. Васильева.

В 1918 году в Омск приехал известный ученый и поэт Петр Людовикович Драверт, занимавшийся наукой и литературной деятельностью в нашем городе до самой смерти. Жил Драверт на улице Банной (ныне – Косарева), 24, а работал в Сельскохозяйственном институте, где его фотография находится на доске почета наряду с другими именами профессоров, работавших в этом учебном заведении. В 1971 году дом, где жил ученый, был снесен.

Еще одно литературное имя Омска – Георгий Андреевич Вяткин – журналист, писатель, поэт. В 2007 году было издано его пятитомное собрание сочинений. В 2006 году муниципальной библиотеке №15 было присвоено его имя. В 1938 году Вяткин был арестован органами НКВД и расстрелян.

Помимо уже названных, в городе есть библиотеки, которые носят имена Ф. М. Достоевского (ул. Петра Осминина, 1), П. Васильева (ул. Гуртьева, 33).

Сердцем литературного Омска можно по праву считать аллею литераторов, появление которой стало возможным благодаря краеведу В. И. Селюку. По аллее ежедневно проходит большое количество людей, что делает объект общедоступным. Сегодня здесь увековечены имена Л. Мартынова, П. Васильева, Т. Белозерова, А. Сорокина, Г. Вяткина.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в Омске большое количество литературных объектов и с этим городом связаны многие литературные имена. Это дает основание говорить о возможности развития литературного туризма как минимум – на уровне организации литературных экскурсий. Также необходимо помнить, что формирование и продвижение литературного бренда является одним из путей популяризации территории. Разработка тематических литературных маршрутов выступает одним из направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны и позволяет реализовать стратегическую роль культуры как духовно-нравственного основания развития личности и государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Омский государственный литературный музей им. Ф. М. Достоевского . URL: <http://litmuseum.omskportal.ru/index.php/ru/literaturnyj-omsk-segodnya> (дата обращения: 20.10.2018).
2. Омск литературный . URL: <http://www.oshibok-net.ru/articles/12.html> (дата обращения: 25.10.2018).
3. Асламова К. В., Карапев И. Е. Литературный туризм как фактор развития культурного воспитания (на примере Омского региона) // Вестник Югорского государственного университета. 2015. № 54 (39). С. 161–166.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В. А. Вержак

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

Аннотация – Актуальность затронутой темы заключается в необходимости развивать туристский сектор в соответствии с концепцией новой федеральной целевой программой по увеличению доли туризма в ВВП страны до 5% к 2025 году. По мнению Всемирной Туристской Организации, именно экологический туризм должен стать основным направлением развития данной отрасли в России, поскольку страна занимает 4-ое место по количеству уникальных природных объектов. В статье дается характеристика основных факторов, влияющих на становление экологического туризма на территории всей страны. Описывается успешная практика курорта «Роза Хutor», как одного из самых популярных в эко-направлении среди путешественников. Автор указывает на ключевые аспекты, необходимые для развития данного вида туризма в других регионах страны, а также отмечает преимущества инвестирования в эко-туризм.

Ключевые слова – экологический туризм, природный комплекс, государственная поддержка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Туризм представляет собой быстрорастущую отрасль, которая привлекает многие страны в качестве мультипликатора экономического роста. Однако нагрузка от туризма на природный комплекс возрастает ежегодно. На сегодняшний день крайне важно продвигать именно экологический туризм не только с целью монетизации и поддержания тренда на ведение здорового образа жизни, но и по причине сохранения природного наследия. В мире 10% поездок совершаются именно с целью экологического туризма, что говорит об интересе людей быть ближе к природе, познавать уникальные места без ущерба для экологии. Благодаря наличию огромных природных запасов, Россия является одной из самых перспективных стран для развития эко-туризма по мнению ЮНВТО. Отсюда следует, что необходимо создать симбиоз с точки зрения образования людей о том, как нужно взаимодействовать с природой и развития именно эко-туризма в нашей стране.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей исследования является изучение факторов, которые влияют на перспективу развития эко-туризма в России путем анализа успешной практики курорта «Роза Хutor», как одного из самых привлекательных объектов для посещения в России. В рамках исследования был проведен опрос среди респондентов разных возрастных групп, а также мониторинг и анализ эко-ориентированных услуг коммерческих компаний курорта «Роза Хutor».

III. ТЕОРИЯ

Понятие «экологический туризм» на сегодняшний день варьируется, однако большинство трактовок сводится к природоохранному значению. В целом, под экологическим туризмом подразумевается такой вид туризма, который осуществляется с целью познания природы дестинации без вреда для экосистемы. Помимо этого, эко-туризм за счет развития туристско-рекреационных ресурсов территории в балансе с природой усиливает действенность защиты окружающей среды.

Ключевыми компонентами экологического туризма выступают следующие факторы:

- 1) Образовательный характер туристских продуктов с природоведческой направленностью.
- 2) Бережное использование ресурсов при построении туристских маршрутов.
- 3) Уважительное отношение к традициям местных сообществ, приобщение туристов к местным обычаям.

Россия – огромная по своей величине страна, которая располагает множеством уникальных природных объектов, занимая 4-ое место по их числу. Основными объектами российского экотуризма выступают особо охраняемые территории, заповедники, национальные и природные парки. Общая площадь особо охраняемых природных территорий составляет 137 млн. га, которые равняются 7,6% площади России. Эти данные дают основание полагать, что развитие эко-туризма в нашей стране обосновано обладает высоким потенциалом.

Статистика посещения национальных парков и заповедников составляет в совокупности более 11 млн. туристов за 2017 год. Отсюда и возникает рост интереса к экологическому туризму со стороны государства.

К примеру, в связи с тем, что 2017 год объявлен годом экологии, в России произошли значительные изменения в отношении природного комплекса: в Курской, Омской, Орловской, Калининградской, Костромской, Архангельской, Пензенской, Иркутской областях, а также в Алтайском, Красноярском краях было проведено лесовосстановление. В Якутии было проведено восстановление популяции лесных бизонов, а в Смоленском заповеднике формировали вольно живущую популяцию зубров.

Говоря о перспективе развития эко-туризма в России, пример продвижения эко-туризма на курорте «Роза Хutor» позволяет отметить ключевые факторы, которые важно учитывать при развитии данного вида туризма в других областях страны. «Роза Хutor» – курорт в Краснодарском крае, который был построен к Зимним Олимпийским играм в 2014 году. Особое развитие эко-туризма на «Розе Хutor» способствовали 5 факторов: наложенная инфраструктура, положительный имидж, грамотное продвижение в СМИ, богатые природные ресурсы и достаточное финансирование со стороны государства. Генеральный директор курорта «Роза Хutor» высказал свое мнение по поводу стимулирования эко-туризма в нашей стране в ходе международной конференции «Экологический туризм: глобальный вызов и открытие России» в октябре 2018 г.: «Особо охраняемые природные территории создаются, оберегаются и действуют во благо людей, именно поэтому они должны быть, на мой взгляд, доступны для ответственного посещения». . На данный момент на курорте представлен целый ряд активностей, направленных на активно-познавательную деятельность туристов без ущерба природе. Среди них можно выделить: вело-туры в гору, пешие и конные походы, посещение этичных производств пива и меда, «бёрдвестчинг». Осуществление многообразия вариантов отдыха вблизи к природе привлекает российских и иностранных туристов было доступно благодаря высоким стандартам сервиса и безопасности, а также развитым инженерным сооружениям на территории курорта: мостики, родники, указатели, места отдыха, парковки, мусорки. Ведь экологический туризм невозможен без технической составляющей на маршрутах и местах общего пользования.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Автором проведен экспресс-опрос 100 респондентов в возрасте от 18 до 60 лет, проживающих в мегаполисах и средних городах с населением не более 200 тыс. с целью изучения основных предпочтений людей при организации отдыха. Выяснилось, что 76% людей выбирают активно-познавательный отдых или эко-туризм, в то время как всего 24% отдали предпочтение пакетным туркам без активного отдыха. Около 80% опрошенных выбирают отдых на природе. Также были заданы вопросы касательно курорта «Роза Хutor». Учитывая, что ровно 50% опрошенных были на курорте, результаты получились следующими: 24% людей посещали курорт во все сезоны, 42% рассматривают дестинацию для поездки на праздники. Более половины опрошенных заявили, что регулярно замечают упоминание о курорте в СМИ, которые стимулируют их на посещение «Роза Хutor».

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведенный опрос показал, что интерес к эко-туризму со стороны жителей больших и средних городов высокий, а значит и спрос на данный вид отдыха есть. Развитие инфраструктуры популярных направлений эко-туризма в России экономически целесообразно, поскольку помимо улучшения условий для жизни самого региона и его жителей, власти имеют возможность получать регулярный доход от туристского сектора вне зависимости от сезона. Путешественники, согласно опросу, чаще всего планируют отдых на природе в течение праздников, поэтому перелет в течение 2-4 часов в другой регион России их не смущает, а наоборот стимулирует для смены обстановки. Отсюда следует, что перспективы развития экологического туризма, к примеру, в Красноярском и Алтайском краях, как наиболее живописных и схожих по возможностям с курортом «Роза Хutor», очень велики. На упомянутых ранее территориях уже проводятся эко-походы и конные прогулки, групповые подъемы в горы, однако достаточной инфраструктуры в виде транспортного и гостиничного сектора все еще нет. Опыт «Роза хutor» доказывает, что даже на абсолютно нетронутых местах можно построить работающий бизнес, который не только приносит выгоду для дальнейшего развития территории, но и сближает человека к природе без вреда для окружающей среды.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, подводя все вышеизложенное к логическому заключению, следует отметить, что стимулировать эко-туризм в России необходимо для того, чтобы, во-первых, не упускать возможность укреплять долю туризма в ВВП страны в целом, во-вторых, приобщать население к бережному использованию природных ресурсов и развивать кругозор молодого поколения для стабильного будущего.

Рекомендациями по развитию экологического туризма в нашей стране являются: строительство эко-отелей, развитие глемпинг-центров и особые условия для производства и сбыта органических продуктов питания. К примеру, эко-отели стремительно набирают популярность за счет гармоничного сочетания соседства с природой и минимума цивилизации. Помимо этого, такого рода отели зачастую сами занимаются выращиванием овощей и фруктов, выбирают природные материалы для отделки номеров .

Говоря о развитии глемпинг-центров, следует отметить, что данный вид размещения также стимулирует эко-туризм, открывая перед туристами новые направления для поездки без ущерба природе. Пока что данная идея пользуется спросом в Санкт-Петербурге, Карелии, Крыму, на Азове, Сочи. В перспективе, глемпинг-объекты целесообразно размещать и в Иркутской и Калининградской областях, Красноярском крае, где спрос на эко-туризм растет ежегодно как со стороны россиян, так и зарубежных гостей.

Далее следует отметить важность стимулирования производства экологически чистых продуктов и их повсеместное введение во все сети на территории страны. Довольно часто можно столкнуться с проблемой входа на рынок продовольственных сетей нового продукта, особенно, если предполагаемые поставки не смогут охватить сразу несколько регионов. В связи с этим, эко-продукты можно встретить только в специализированных магазинах здорового питания, которые, как правило, расположены исключительно в мегаполисах. Для производства и организации продаж эко-продуктов важно участие местных властей, которые могут повлиять на текущую ситуацию. Отсюда следует отметить, что экологический туризм выступает в роли объединяющего фактора региональных властей и местных сообществ, которые вступают в партнерские отношения для успешной работы бизнес-моделей на благо общества, региона и рационального использования природных ресурсов.

В эпоху глобального потребления важно поддерживать то, что возвращает нас к корням, возвращает человека к его сути. Важно осознанно производить, строить и осознанно потреблять. Экологический туризм в России – это во многом о сложных и трудных переменах, о принятии решения в пользу страны.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Аверин А.В., канд. филос. н., доцент, доцент Департамента менеджмента Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

Автор благодарит научного руководителя за своевременную поддержку и рекомендации в написании работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Булгаков В. П. Особенности маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2014. № 2. С. 24.
2. Виноградов П. А., Зорин Е. В., Ильина Е. Н. Туризм и отраслевые системы: учеб. М.: Финансы и статистика, 2016. 178 с.
3. Лойко О. Т. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. Томск: ТПУ, 2010. 152 с.
4. David A. Fennell, Ecotourism, Routledge // 2014. Vol. 4. P. 145–147.
5. David A. Fennell, Tourism Ethics, Channel View Publications // 2012. Vol. 2. P. 228–230.
6. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development, Island Press // 2014. Vol. 3. P. 27–28.

УДК 338.48 (470.51)

ТУРИЗМ В СУБЪЕКТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

С. А. Рябая

ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова», Ижевск

Аннотация – Статья посвящена исследованию туризма в одном из субъектов Российской Федерации – Удмуртской Республике. В статье проанализировано современное состояние туристической отрасли Удмуртской Республики. Определены основные векторы развития туристической сферы Удмуртии.

Ключевые слова – внутренний туризм, региональное развитие, территория, экономика.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в Российской Федерации под внутренним туризмом понимается туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих на данной территории [1]. Изучением развития туристической сферы Российской Федерации посвящены многочисленные монографии, учебные пособия и научные публикации. Состояние туристической отрасли Удмуртской Республики на современном этапе изучались Г. Н. Мерзляковой и Л. В. Баталовой [2, 3, 4, 5]. Вопросы развития этнографического фестивального туризма в регионе рассматривались О. Ю. Борисовой [6]. Спортивный событийный туризм в Удмуртии стал предметом изучения Т. А. Поскребышевой и И. А. Гай [7]. Современные тенденции развития событийного туризма отражены в работах С. В. Килиной, С. А. Рябой и др. [8, 9, 10]

II. ТЕОРИЯ

Удмуртская Республика представляет собой регион туристической привлекательности. Природный и историко-культурный потенциал Удмуртской Республики позволяет развивать многие виды туризма, включая наиболее распространенные по потребительским предпочтениям: культурно-познавательный, охотничье-промышленный, деловой, сельский, событийный, активный (в том числе спортивно-оздоровительный), экологический, лечебно-оздоровительный, этнографический.

В настоящее время туристический комплекс Удмуртии включает в себя более 2000 доступных туристам достопримечательностей – природных, исторических, социально-культурных объектов, которые обслуживает более 3000 предприятий – туроператоров, туристических агентств, транспортных компаний.

По данным национального туристического рейтинга Удмуртская Республика занимает лишь 54 позицию, уступая соседним регионам – Кировская область (45 место), Пермскому краю (16 место), Республике Татарстан (14 место) и Республике Башкортостан (11 место) [11]. При этом развитие туристической отрасли Удмуртии характеризуется средними показателями.

В Удмуртской Республике туризм как отрасль входит в структуру республиканского правительства и остается подведомственным Министерству культуры и туризма Удмуртской Республики.

Министерством культуры и туризма Удмуртской Республики совместно с туроператорами региона разработаны и активно реализуются 199 туристических маршрутов, в том числе для лиц с ограниченными возможностями и людей пожилого возраста, вошедших в официальный реестр Министерства [12]. Согласно данных Совета по инвестиционной деятельности и конкурентной политике в Удмуртской Республике к концу 2017 г. в регионе действовало 207 туристических маршрутов, из которых 89 являлись новыми. Лидерами по количеству маршрутов являются г. Сарапул, Воткинский район, г. Ижевск и Глазовский район. Наиболее популярным по посещению – «Музей-усадьбы П. И. Чайковского». В 2017 г. его посетили 71,8 тыс. туристов [13].

В настоящее время в Удмуртской Республике существует 2 мировых бренда – П. И. Чайковский, М. Т. Калашников и 7 продвигаемых брендов регионального и межрегионального уровней (г. Ижевск – оружейная столица России, Бабушки из Бураново, Пельнянь, Тол-Бабай, Лопшо Педунь, Баба Яга, Сибирский тракт).

Объем туристического потока в Удмуртскую Республику увеличивается. Если в 2014 г. на территории Удмуртской Республики было обслужено 381,5 тыс. чел., то в 2017 г. уже 668,2 тыс. чел. Динамика туристического потока в Удмуртскую Республику с 2014 по 2017 гг. показана на диаграмме. Организованный поток, обслуженный учреждениями культуры и туризма, составил 555,3 тыс. чел., а неорганизованный – 112,989 тыс. туристов или 17 % от общего числа.

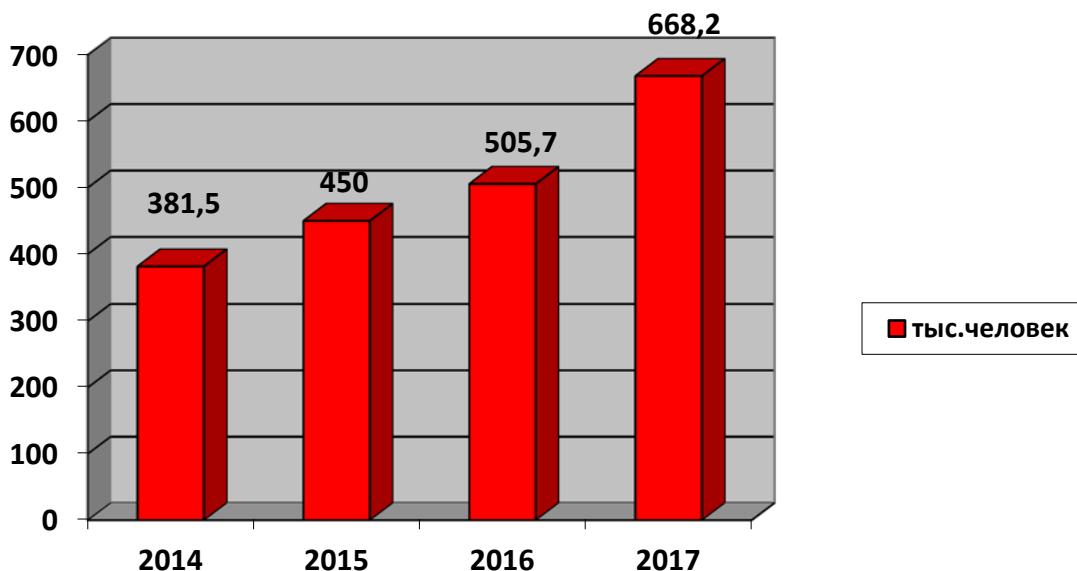


Рис. 1. Численность граждан посетивших объекты туристической индустрии Удмуртской Республики в 2014 – 2017 гг. [14]

Основной поток туристов в Удмуртию едет из близлежащих регионов: Республики Татарстан, Пермского края, Нижегородской области, Республики Башкортостан и Свердловской области.

С 2015 г. в Удмуртии образован туристический кластер «Камский берег». Его ядром является город Сарапул – второй по численности населения город Удмуртской Республики. Туроператорами Удмуртской Республики разработаны и активно реализуются туристические маршруты знакомства с Сарапулом, в том числе для лиц с ограниченными возможностями и людей пожилого возраста, вошедшие в официальный реестр Министерства культуры и туризма Удмуртской Республики. Гастрономическая экскурсия по местам купеческих трапезных города Сарапула с дегустацией лучших блюд и наливок, приготовленных по старинным рецептам XIX в., приобрела популярность среди жителей Удмуртии и близлежащих регионов. Учащиеся образовательных учреждений Удмуртии с удовольствием посещают экскурсии «Урок в гимназии», во время которой знакомятся с жизнью женской гимназии и Алексеевского реального училища конца XIX в. Во время экскурсии проводятся мастер-классы.

Сарапул как историко-культурный центр Прикамья формирует круизный туристический поток в летнее время, являясь «речными воротами» региона. В 2015 г. речной порт Сарапула принял 34 теплохода с туристами. В 2017 г. туристический поток составил 34 тыс. человек, в том числе 22 тыс. из них прибыли речным транспортом.

Несмотря на реализацию данной программы, в 2016 г. Удмуртская Республика занимала одно из последних мест в Приволжском федеральном округе по объему оказанных туристических услуг. Как отмечал Глава Республики Удмуртия А. В. Брецов, Удмуртия не входила в топ-20 мест для событийного туризма в отличие от Казани, Перми и Уфы.

С середины 2017 г. со стороны нового руководства региона стало уделяться большее внимание продвижению событийного туризма в Удмуртской Республике. В течение 2017 г. в республике существенно увеличилось количество проводимых событийных мероприятий регионального, межрегионального, всероссийского и международного уровней.

В 2017 г. два проекта из Удмуртии стали победителями национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards – 2017. Всего на конкурс было подано 191 проект из 17 регионов России. От Приволжского федерального округа в финал вышли 84 проекта из 12 регионов, в том числе 5 из Удмуртской Республики. В номинации «Лучшее туристическое событие в области гастрономического туризма» претендовали сразу три мероприятия: II Межрегиональный фестиваль-конкурс кулинарного искусства «Зарни – Ё перепеч, табань но пельнянь!», IV Международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-быг» и республиканский народный праздник «Перевозинский засольник». Третье место в области гастрономического туризма занял IV Международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-Быг», а в дополнительный список финалистов попал Удмуртский республиканский национальный праздник нового урожая «Выль», направленный на популяризацию народных традиций и промыслов.

ТАБЛИЦА 1
УЧАСТИЕ УДМУРТИИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В
2013–2017 ГГ. [15]

Период, год	Номинация	Место	Рейтинг
2013	Номинация «Лучшая идея для развития событийного туризма»	3 место — Всероссийский международный кулинарный фестиваль «От Китая до Пельняня»	Национальный
2015	Лучшее событие в области гастрономического туризма	2 место — Ежегодный фестиваль «Всемирный день пельмени»	Национальный
2016	Событийный туризм	3 место – национальный праздник «Гербер»	Региональный (Приволжский и Уральский федеральные округа)
2017	Туристическое событие в области гастрономического туризма	3 место – IV Международный фестиваль финно-угорской кухни «Быг-быг»	Региональный
2017	Дополнительный список финалистов, приглашенных в общенациональный финал	Удмуртский республиканский национальный праздник нового урожая «Выль»	Региональный

С февраля 2018 г. в республике большое внимание уделяется развитию промышленного туризма. Под таким видом туризма понимается организация регулярных промышленных туров на действующие или когда-то действовавшие промышленные предприятия. Ижевск является оружием столицей России, кузницей конструкторских и инженерных кадров, а также центром конструкторской мысли. Этот вид туризма на территории Удмуртии имеет стабильные перспективы превратиться в высокодоходную отрасль экономики региона и может оказывать значительное влияние на развитие этого направления в других регионах Российской Федерации.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время туристическая сфера Удмуртской Республики представляет собой относительно молодое направление экономики, но достаточно перспективное. У туристической отрасли региона имеется огромный потенциал и его правильное использование может способствовать экономическому развитию региона и страны в целом, а также вывести развитие туристической сферы на качественно новый уровень. Основными факторами, негативно влияющими на развитие туризма в Удмуртии, являются слабо развитая туристическая инфраструктура, низкая инвестиционная и деловая активность местного населения. Но развитие разных видов туризма в регионе возможно только при взаимодействии органов государственной власти, местного самоуправления и предпринимателей. Только комплексный подход, учитывающий особенности в сфере управления, кадрового и информационно-технического обеспечения, наличие туристической инфраструктуры позволит формировать и развивать туристический сектор Удмуртской Республики на более высоком уровне.

Реализуемая в республике в последние годы политика в туристической сфере, позволила Удмуртии подняться во «Всероссийском рейтинге субъектов Российской Федерации по развитию туризма». Обладая разнообразными рекреационными ресурсами и учитывая растущий интерес к России и к российской глубинке, можно надеяться, что Удмуртская Республика может стать одним из привлекательных регионов для туристов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ (последняя ред.). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 21.10.2018).
2. Мерзлякова Г. Н. Создание туристско-рекреационного кластера «Камский берег» в Удмуртской Республике // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10, № 1. С. 135–141.

-
3. Мерзлякова Г. Н., Баталова Л. В. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма в Удмуртии // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 8 (46). С. 104–112.
 4. Мерзлякова Г. Н., Баталова Л. В. Становление и развитие внутреннего туризма в Удмуртии // Вестник Удмуртского университета. Сер. История и филология. 2013. № 5-3. С. 147–160.
 5. Мерзлякова Г. Н., Баталова Л. Н. Становление системы управления региональным туризмом в Удмуртской Республике // Социально-экономическое развитие моногородов: традиции и инновации: сб. ст. Ижевск, 2017. С. 214–225.
 6. Борисова О. Ю. Перспективы развития этнографического фестивального туризма в Удмуртской Республике // Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы: материалы III Всерос. заоч. конф. Ижевск, 2016. С. 281–285.
 7. Поскребышева Т. А., Гай И. А. Развития спортивного событийного туризма в Удмуртской Республике (на примере СК Чекерил) // Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы: материалы IV Всерос. заоч. конф. Ижевск, 2017. С. 214–225.
 8. Баталова Л. В., Килина С. В. Фестиваль «Всемирный день пельмени» как составляющая развития событийного гастрономического туризма в Удмуртской Республике // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность: сб. науч. ст. Ижевск. 2017. С. 308–312.
 9. Рябая С. А. Событийный туризм в Удмуртской Республике // Экономика сферы туризма: проблемы и перспективы: материалы IV межвуз. науч.-практ. конф. Омск, 2018. С. 151–155.
 10. Замостьянова Т. В., Кручинская М. В., Рябая С. А. Событийный туризм как эффективный инструмент развития туризма в регионе Российской Федерации (на примере Удмуртской Республики) // Проблемы и тенденции социокультурного пространства России: история и современность: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Брянск, 2018. С. 374–378.
 11. Национальный туристический рейтинг – 2017 . URL: <http://russia-rating.ru/info/13018.html> (дата обращения: 15.09.2018).
 12. Ростуризм и Удмуртская Республика подписали соглашение о создании условий для развития промышленного туризма . URL: <https://www.russiatourism.ru/news/14851/> (дата обращения: 15.09.2018).
 13. Доклад о состоянии и развитии конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг Удмуртской Республики в 2017 г. (утв. решением Совета по инвестиционной деятельности и конкурентной политике в Удмуртской Республике от 06 марта 2018 г.). Ижевск, 2018 С. 55.
 14. Министерство культуры и туризма Удмуртской Республики : офиц. сайт. URL: <http://minkultura.udmurt.ru/> (дата обращения: 15.10.2018).
 15. Национальная премия в области событийного туризма : офиц. сайт. URL: <http://rea-awards.ru/> (дата обращения: 10.10.2018).

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ, ЦЕЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

М. В. Евдокимова

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург.

Аннотация – Статья описывает понятие «экологический туризм, раскрывает цели экотуризма и основные его особенности, связанные с необходимостью поддержания окружающей среды на должном уровне. Актуальность статьи заключается в том, что экотуризм сейчас является новым и перспективным направлением в туристской сфере. Цель работы состоит в рассмотрении особенностей регулирования в сфере экологического туризма на примере скандинавской страны – Норвегии, а также в приведении рекомендаций для дальнейшего развития экотуризма в Российской Федерации.

Ключевые слова – экотуризм, особенности экологического туризма, цели экологического туризма, география экотуризма, места для экотуризма.

I. ВВЕДЕНИЕ

Одним из наиболее перспективных и быстроразвивающихся направлений туристской сферы признан экологический туризм. Для одних экотуризм означает чистый воздух, прекрасную природу и живописный ландшафт, для других это нечто большее, а именно сохранение окружающей среды и путешествия, в которых можно слиться с естественной природой. Экологический туризм — это новый способ познакомиться с уникальными природными памятниками и достояниями человечества. Он привлекает тем, что на время путешествия турист полностью меняет распорядок дня, кроме того, состояние человека (духовное и физическое) улучшается. Именно поэтому крайне важно развивать экологический туризм, с целью помочь не только себе, но и окружающей природе.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задача данной статьи состоит в рассмотрении особенностей и целей экологического туризма как одного из самых обширных и перспективных направлений на сегодняшний день. Наша страна обладает хорошими природными ресурсами, с которыми можно разрабатывать маршруты экотуризма, однако на данный момент она еще слабо движется в этом направлении. На основе этой информации в статье приведены рекомендации для дальнейшего развития экотуризма в Российской Федерации.

III. ТЕОРИЯ

Определение, данное Международным обществом экотуризма (англ. The International Ecotourism Society), звучит следующим образом: Экологический туризм в настоящее время определяется как «ответственное путешествие в природные территории, которое сохраняет окружающую среду, поддерживает благосостояние местного населения и включает в себя просветительский процесс» (TIES, 2015) [3].

Международный союз охраны природы и природных ресурсов (англ. International Union for Conservation of Nature and Natural Resources, IUCN) трактует экотуризм как «путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает „мягкое“ воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности»[4].

Единого мнения у специалистов нет, однако из всех определений можно выделить основные отличительные особенности экотуризма:

1. поддержание естественной природы на должном уровне;
2. необходимость проявить бережное к ней отношение;
3. побудить туристов, туроператоров и турагентов содействовать сохранению природного баланса и социально – экономическому развитию.

Экотуризм можно назвать противоположностью массового туризма. Люди отправляются в отдаленные районы и посещают далекие места, не разрушая окружающую среду. Это так называемое индивидуальное направление, подходящее для небольших групп туристов, которые хотят узнать больше о природе в определенной области и помочь людям, которые там живут. Эко-туристы путешествуют по местам, где

растительный и животный мир является главной достопримечательностью. Они хотят узнать больше о том, как люди живут бок о бок с естественной средой обитания.

Экотуризм заставляет людей осознавать, насколько прекрасна земля и сельская местность. Местные гиды показывают посетителям, насколько важна наша окружающая среда. Они знают, как развивался регион с течением времени и позволяют это прочувствовать самим туристам. Путешественники остаются в небольших местных домах, в отличие от гигантских гостиничных комплексов в регионах массового туризма.

К целям экотуризма можно отнести:

- помочь в сохранении природы в отдаленных местах;
- уважение культуры и традиций людей, которые там живут;
- сохранение видов животных и растений, находящихся в опасности вымирания;
- минимизация воздействия туризма в данном районе;
- оказание помощи людям, которые живут в данных регионах;

Предлагая долгосрочные решения, связанные с рынком, экотуризм обеспечивает эффективные экономические стимулы для сохранения и усиления биокультурного разнообразия и помогает защитить природное и культурное наследие нашей прекрасной планеты. Расширяя местное развитие туристского потенциала и возможности трудоустройства, экотуризм является эффективным средством расширения возможностей местных общин во всем мире: бороться с нищетой и достигать устойчивого уровня развития. Уделяется особое внимание обогащению личного опыта и экологической осведомленности посредством интерпретации, а сам экотуризм способствует более глубокому пониманию природы, необходимости относится к ней бережно и уважать местное общество и культуру.

Многие организации также способствуют продвижению экотуризма. К примеру, Конференция по экотуризму и устойчивому туризму (ESTC), организованная Международным обществом экотуризма (TIES), представляет собой уникальную ежегодную конференцию, посвященную продвижению целей устойчивого развития индустрии туризма. Предлагая бесценные возможности для обучения и общения, ESTC является ведущим международным местом встречи, на котором собираются инновационные умы, чтобы обсудить идеи и решения, которые вдохновляют на изменения. Содействуя политике и практике, приносящей пользу бизнесу и общинам, ESTC помогает укрепить роль туризма в построении более устойчивого будущего. Способствуют развитию экотуризма и такие организации как Всемирный фонд дикой природы (WWF), Общество содействию продвижения приключенческого туризма «Adventure Travel Society Promoting. Adventure Travel & Protecting the Environment» в США, Российского отделения Международного Союза охраны природы (МСОП).

География экотуризма очень обширна. К лидирующим странам можно отнести Лаос, Кению, Танзанию, Эквадор, Коста-Рику, Непал, Австралию, Новую Зеландию и ЮАР. В развитых странах Европы и США экотуристы часто путешествуют по своим странам в национальных парках.

Среди этих стран специалисты выделяют топ мест, которые остались нетронутыми цивилизацией и являются хорошими примерами экотуризма:

1. Коста-Рику можно без преувеличения назвать самым популярным и растиражированным среди экотуристов местом. Правда, придется мириться с некоторой многолюдностью — здешние дождевые и туманные леса, черные пляжи и прочие интересности практически круглый год наводнены желающими слиться с природой. Однако есть и свои плюсы: благодаря притоку финансовых в местный бюджет, с каждым годом здесь появляется все больше новых отелей, центров и комплексов с приставкой «эко».

2. Кения то место, где можно побывать в зоопарке на открытом воздухе, а точнее встретить животных в их естественной среде обитания: этому способствуют различные национальные парки и заповедники, которых там огромное множество.

3. Богатые коралловыми рифами Филиппинские острова манят не только дайверов, но и экотуристов. Правда, последних сюда больше влечет наземное природное многообразие этих краев. В угоду пляжникам, местные власти постепенно уничтожают роскошные джунгли, но есть остров, где все пока сохранилось практически в первозданном виде — это Палаван. Именно он и привлекает уже который год немало экофрендли путешественников.

4. Одно из сокровищ величественной Норвегии — фьорды — обязательно должны стоять отдельным пунктом в списке must-see каждого уважающего себя путешественника. И да, сюда тоже приезжают в поисках экологического отдыха.

5. Мадагаскар — хороший пример для экотуриста. 80% растений и животных на острове всегда были там и не могут быть замечены нигде. Хотя Мадагаскар имеет потенциал стать страной массового туризма, большая часть ее не полностью развита и не имеет инфраструктуры. Большинство людей живут в бедности, особенно в сельской местности. Остров привлекает туристов, которые интересуются природой и дикой природой, а не теми, кто жаждет шума и активности перенаселенных пляжей. Они могут путешествовать в дикой природе, наблюдать за китами или совершать походы с местными гидами.

6. Однако, чтобы посетить красивые природные места, совсем не обязательно преодолевать огромные расстояния. К примеру, российская тайга, тундра и полупустыня — все эти природные богатства сосредоточены в одном месте — на Байкале. Добраться сюда непросто, однако отдых у озера того стоит.

Прибайкалье невероятно разнообразно: пещеры, гроты, животный и растительный мир. Здесь располагаются 3 заповедника и 2 национальных парка. Кроме этого, незабываемые впечатления может оставить посещение Карелии и Камчатки.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Норвегия – одно из немногих государств, экологическая политика которых является приоритетным направлением работы правительства. Регулирование экотуризма, как и сохранение природы является основным направлением деятельности в туристской сфере страны. Норвегии удалось сохранить первозданные уголки природы благодаря специальной правительственной программе по охране окружающей среды, которая предполагает особые правила поведения в национальных парках и заповедных зонах для туристов, к примеру, власти страны принимают всевозможные меры для того, чтобы уберечь береговую линию от губительного влияния урбанизации, — рыбная ловля, промышленность и охота здесь держатся под строжайшим контролем. В природных парках работники четко следят, чтобы туристы не рвали растения, не перемещали птичьи гнезда и крупные камни.

Работа по сохранению экологического благополучия страны находится под пристальным контролем и дважды в год правительство представляет доклады о состоянии окружающей среды Норвегии и проводимой экологической политике. Прекрасным стимулом для активного участия в этой программе деловых людей, а также промышленных и производственных компаний стала организация специального Норвежского Правительственного Экологического Фонда, цель которого – финансирование проектов «чистых технологий» и эффективного природопользования. В ходе 15-го заседания российско-норвежской смешанной конференции по сотрудничеству в области охраны окружающей среды было принято решение развивать экотуризм в национальном парке «Русская Арктика», где находятся уникальные природные комплексы. Также Норвежское правительство организует самые различные экологические туры – например, пассажирам круизных лайнеров, приезжающих в Шпицберген, предлагают экотур, включающий в себя очистку местных пляжей.

30 мая 2017 г. в Осло (Норвегия) министр природных ресурсов и экологии РФ Сергей Донской и Министр климата и окружающей среды Норвегии Видар Хельгесен подписали Итоговый протокол 19-го заседания Смешанной Российской-Норвежской комиссии по сотрудничеству в области охраны окружающей среды. Заседание было посвящено защите уникальных ресурсов и экосистем Баренцева моря. Было решено, что обе стороны равно несут ответственность за обеспечение хорошего состояния окружающей среды и устойчивого использования ресурсов Баренцева моря и приграничных территорий. В ходе данного заседания также была отмечена положительная динамика снижения негативного влияния на окружающую среду, и было отмечено, что этому способствовала инициатива туристов по бережному отношению к природе в ходе экологического туризма.

Экологический туризм несет в себе большие перспективы для дальнейшего развития. По данным ВТО эта отрасль туризма входит в пять стратегически важных направлений развития туристской сферы. С каждым годом количество желающих поехать в экотуры растет. Например, В 2017 году около 9 миллионов российских и иностранных туристов посетили национальные парки, и еще 2 миллиона – заповедники. Это на 50% больше по сравнению с 2011 годом. К 2020 году по прогнозам экспертов поток экотуристов увеличится еще вдвое. Это связано со следующими факторами:

1. Увеличение важности решения проблем, связанных с сохранением окружающей среды;
2. Увеличение целевой группы экотуристов, за счет мотивации детей в школах и высших учебных заведениях;
3. Рост усилий, прилагаемый для обеспечения туризма в принимающих странах.

В России дальнейшее увеличение объемов туристической деятельности в сфере экологического туризма на особо охраняемых природных территориях страны планируется путем создания туристической инфраструктуры в рамках приоритетного проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть», разработанного Минприроды России и утвержденного в апреле прошлого года. Реализация проекта осуществляется полностью за счет внебюджетных источников. Определены pilotные территории, для развития которых будут в приоритетном порядке привлекаться инвесторы. В их число вошли национальные парки с уже сформированным потоком туристов и прогнозируемой прибылью – Сочинский, Лосинный остров, Куршская коса, Прибайкальский, Русская Арктика, а также Кавказский и Байкало-Ленский заповедники. В настоящее время их посещают 2,5 миллиона экотуристов ежегодно. Частные инвестиции пойдут на создание и экологических троп, смотровых площадок, наблюдательных пунктов, музеев, визит-центров, туристических стоянок и мест отдыха. Всего в рамках проекта «Дикая природа России: сохранить и увидеть» планируется осуществить мероприятия по развитию экологического туризма на 22 охраняемых природных территориях Российской Федерации [1].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Продвижению экологического туризма будет способствовать создание качественной инфраструктуры в национальных парках и заповедниках, а расширение ассортимента доступных для потребителей продуктов

экотуризма привлекает иностранных туристов для реализации экспортного потенциала туристской отрасли, а также сохранению экологии заповедных зон Российской Федерации и сокращению разрушительного воздействия, которое зачастую оказывают самостоятельные туристы на экосистему. Для успешного развития экотуризма полезна пропаганда экологии на телевидении и в интернете. Так как Россия очень богата природными ресурсами, то активная поддержка государства при правильном регулировании может вывести страну в лидеры по приему экотуристов.

VI. Выводы и заключение

Таким образом, не смотря на то, что экологический туризм по-прежнему остается недоступным для большинства граждан, в связи со своей дороговизной и недостаточным развитием документационной основы многих стран, туристские фирмы стараются развивать данное направление. Привлекательности экологическому туризму добавляет тот факт, что многие посещаемые объекты имеют в своей структуре оздоровительные комплексы, человек может не только любоваться природой, но и восстанавливать здоровье.

Хотим мы этого или нет, жизнь вокруг нас меняется; и охраняемые территории оказываются вынужденными адаптироваться к новым условиям, встраиваться в окружающую их реальную жизнь — социальную и экономическую. Практика показывает, что одним из оптимальных способов такой интеграции может быть развитие экологического туризма.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Николаева Наталья Александровна, старший преподаватель (Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный экономический университет» г. Екатеринбург)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Федерация. Законы. Об охране окружающей среды : федер. закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Коростелев Е. М. Экологический туризм и безопасность: учеб. пособие . СПб: РГО, 2017. 158 с.
3. The International Ecotourism Society : 1990–2018. URL: <http://www.ecotourism.org/>.
4. International Union for Conservation of Nature : 2018. URL: <https://www.iucn.org/>
5. Difference Between : 2010–2018. URL: <https://www.differencebetween.com/difference-between-tourism-and-vs-ecotourism/>.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ И ДЕЛОВЫХ КЛИЕНТОВ В ГОСТИНИЦАХ Г. ОМСКА

Е. В. Кулагина, Ю. В. Сливкова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Статья посвящена анализу омского рынка гостиничных услуг, в частности анализу предложений для корпоративных и деловых клиентов. Рассмотрены особенности организации продаж гостиничного продукта данной категории клиентов. Проведен анализ технологии обслуживания корпоративных клиентов в гостинице «Турист». Рассмотрены актуальные проблемы обслуживания корпоративных клиентов и тенденции в данном сегменте рынка гостиничных услуг. Проведен конкурентный анализ гостиницы «Турист» в области обслуживания корпоративных клиентов.

Ключевые слова – корпоративные клиенты, деловой туризм, гостиницы города Омска.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в гостиничном бизнесе наблюдается стабильный рост объема продаж. Вместе с тем возрастают и конкуренция. Залогом успешной деятельности отеля, безусловно, является правильно организованный процесс продаж, основанный на грамотной сегментации рынка и сформированной позиции. Эксперты отрасли рекомендуют сосредоточивать усилия на нескольких, наиболее выгодных для отеля сегментах, следуя дифференциированной или даже концентрированной маркетинговой стратегии. В этой связи существенно возрастает важность корпоративных клиентов, способных обеспечить стабильную загрузку гостиницы и выше 50% объема продаж.

Специалисты по продажам гостиничных услуг утверждают, что корпоративный сегмент – самый сложный и высококонкурентный. Для того, чтобы сформировать постоянную базу таких клиентов необходима непрерывная работа по адаптации сервиса, номерного фонда и ценовой политики в соответствии с их предпочтениями.

Классификация клиентов в гостиничном бизнесе позволяет точно определить эффективную стратегию работы с разными группами постояльцев. Учитывая особенности входящих, в ту или иную категорию потребителей, разрабатываются свои принципы работы, позволяющие экономить бюджет и действовать более целенаправленно.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Деловой туризм традиционно приносит отелям высокие прибыли. Обслуживание гостиницами мероприятий позволяет получать доход одновременно по нескольким статьям: проживание, питание, аренда залов и оборудования, транспортное обслуживание, техническое обслуживание, услуги связи, Интернет.

Российский рынок деловых, событийных и корпоративных поездок находится в стадии активного развития. Он изменяется как в отношении MICE клиентов (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, Events) так и компаний – туристических и гостиничных – предлагающих корпоративное обслуживание. Именно организаторы бизнес-мероприятий, как правило, получают статус корпоративного клиента. Омский гостиничный бизнес традиционно ориентирован на данную категорию туристов, а потому и большинство гостиниц позиционируют себя как бизнес-отели.

Основной задачей нашего исследования является выявление особенностей организации обслуживания корпоративных клиентов и бизнес-туристов в гостиницах города Омска.

III. ТЕОРИЯ

По нашему мнению, наиболее полное определение «корпоративного», предложенное авторами ресурса frontdesk.ru клиента в гостиничном бизнесе звучит так: «Корпоративным клиентом в гостиничном бизнесе является любая непосредственная организация, бронирующая номера от своего имени для своих сотрудников, партнеров и клиентов за свой собственный счет или за счет останавливающихся в отеле гостей»[1].

Корпоративный клиент априори обладает большим потенциалом для гостиничного предприятия, чем индивидуальный. Благодаря объемам и частоте осуществления сделок, гостиница может предложить ему особые условия и дополнительные скидки. Однако только в случае системного подхода такое сотрудничество станет взаимовыгодным. Результатом системного подхода является выделение «корпоративного направления продаж», включающего свой должностной функционал, ценообразование, регламент договорной работы, подготовку персонала к ведению деловой переписки и переговоров. При правильной организации корпоративные продажи составляют до 40-50% всех доходов отеля.

При этом, принципиальным отличием корпоративного клиента от других организованных потребителей является профиль деятельности: он не преследует коммерческих целей в сделках с гостиницей и, по сути, является конечным потребителем услуг. Однако, было бы неверно, исключать из поля нашего исследования организаторов бизнес-мероприятий: так называемых байеров и планировщиков.

С целью анализа принципов подбора отелей этими компаниями и корпоративными клиентами приведем следующие статистические данные. По данным опроса среди 795 представителей индустрии встреч и планировщиков деловых мероприятий, проведенного Конгресс-Бюро Москвы, Планируя мероприятие, более половины респондентов (57,9%) выбирают в качестве места его проведения и размещения делегатов отели категории 4-5 звезд; 18,4% респондентов, помимо данных категорий отелей также рассматривают и 3-х звёздочные. И только 7,8% опрошенных размещают делегатов исключительно в 5-ти звёздочных гостиницах [2].

Планировщики и организаторы мероприятий в большинстве случаев заключают агентский договор с заказчиком, а не договор возмездного оказания услуг, как в случае с корпоративными клиентами. Обязательным условием агентского договора является обязательное предоставление первичных документов от третьих лиц: гостиницы, транспортного агентства и др.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Удобство сотрудничества с гостиницей для корпоративного клиента обеспечивает так называемый принцип «одного окна», куда бы мог обратиться заказчик и решить все вопросы. В действительности же, в большинстве омских отелей звонки поступают сначала на Службу приема и размещения, а потом, в лучшем случае, клиента перенаправляют в отдел продаж. Зачастую функционал сотрудников отдела продаж оказывается недостаточным для корпоративного клиента, найти человека, который бы сразу отвечал за все: номерной фонд, рестораны, экскурсии, бизнес-центр – практически невозможно. В западных странах наблюдается противоположная тенденция: один менеджер закреплен за конкретным заказчиком и решает с ним все вопросы.

Задача сотрудников отдела продаж – разработать несколько альтернативных вариантов обслуживания заказчика, позволяющих максимально учесть все пожелания. Ведь зачастую критерием выбора гостиницы становится вовсе не цена за номер, а ассортимент дополнительных услуг и индивидуальный подход.

Например, гостиница «Турист» предоставляют заказчикам номера большой площади по льготному тарифу, чтобы сотрудники компании могли собираться все вместе для выполнения коллективных заданий во время обучающих сессий.

С целью выявления пожеланий корпоративных клиентов нами было проведено интервью с сотрудниками отдела продаж омского «Туриста», в результате был составлен рейтинг требований, в порядке важности:

1. На первом месте для заказчиков находится качество, предоставляемых услуг. Имеется в виду ожидаемый (а в некоторых случаях – гарантированный) уровень сервиса, так как заказчики дорожат своей деловой репутацией. Учитывая тот факт, что «Турист» не принадлежит к сетевым брендам, информация о качестве услуг, как правило, расходится через бывших клиентов.

2. Наличие всех видов связи и качественный Wi-Fi. Учитывая современные тенденции, неудивительно, что данное требование находится на втором списке нашего рейтинга. Причем это требование предъявляется не только к конференц-площадям отеля, но и ко всему зданию. Заказчикам необходим бесплатный высокоскоростной Интернет во всем отеле и даже на прилегающей к нему территории.

3. Качественное питание. В гостиничном комплексе «Турист» качество питания не вызывает нареканий. В ассортименте услуг по сопровождению деловых мероприятий числятся следующие формы организации питания: кофе-брейк (простой и усиленный), Welcome Coffee, бизнес-ланч, обед по системе «шведский стол» или «à la carte», фуршет (пивной / сладкий / с алкоголем / без алкоголя и т. п.), ужин по системе «шведский стол» или «à la carte» и банкеты.

4. Комфортный номерной фонд. Именно «комфортный», а не «роскошный». При этом тариф на проживание, должен включать максимум услуг. В «Туристе» все номера укомплектованы бесплатным мини-баром. В номерах категории «бизнес» предполагается наличие электрочайников и наборов для приготовления кофе и чая. Учитывая, то, что заказчик, как правило, не потребляет услуги, а только оплачивает их, сотрудники отдела продаж должны предоставить максимум информации о номерах, их оснащении, планировке и действующих тарифах.

5. Далее в рейтинге пожеланий корпоративных клиентов находится наличие дополнительных сервисов: бизнес-центр, собственные химчистка и прачечная, трансфер, спортивно-оздоровительные услуги, наличие программы лояльности.

Из всех вышеперечисленных сервисов гостиница «Турист» не может предоставить только спортивно-оздоровительные услуги. Это объясняется отсутствием свободных площадей. Однако, сотрудники отдела продаж, располагают исчерпывающей информацией о городской инфраструктуре и способны выступить в качестве агентов, по организации любого вида досуга.

Транспортные услуги оказываются городскими службами такси при посредничестве «Туриста».

6. Вежливость и доброжелательность персонала. После анализов отзывов туристов, останавливающихся в гостинице «Турист», можно сделать вывод о высоком уровне профессиональной подготовки персонала всех контактных зон.

Также нами был произведен звонок в отдел продаж, была смоделирована ситуация по методике контроля качества «Тайный покупатель». В процессе разговора были получены ответы на все интересующие вопросы, в ответ на запрос были направлены образцы договоров, условия аннулирования бронирования и перечень оборудования в конференц-залах.

7. Оперативность подписания документов и грамотный документооборот. Этот вопрос волнует всех без исключения заказчиков, независимо от организационно правовой формы.

Форма заключаемого договора зависит от условий внесения оплаты. При оформлении оплату «по факту» обязательно заключается агентский договор, действующий в течение года после подписания. При отсутствии возражений каждой из сторон, договор автоматически пролонгируется.

Для оформления сотрудничества с корпоративными заказчиками используется типовая форма договора об оказании гостиничных услуг, дополняемая необходимыми сведениями в соответствии с пожеланиями заказчика. Существенные условия (тарифы, условия внесения предоплаты, платы за бронь, аннулирования бронирования) дополнительно раскрываются в приложениях к договору.

8. Ориентированность на долгосрочные перспективы, а не на получение быстрых денег.

Руководство гостиницы «Турист» рассматривает корпоративных клиентов не только как целевой сегмент, но и как стратегически важный. Именно поэтому процесс согласования условий обслуживания должен быть грамотно организован. Сотрудники отдела продаж имеют право предоставления скидки «от себя» от 5 до 15 %. Необходимо отметить, что «низкий» сезон приходится на летние месяцы, – наблюдается спад по всем направлениям взаимодействия с корпоративными клиентами, – именно в этот период предоставляются максимальные скидки на услуги размещения, составляющие до 25% от базового тарифа и предоставляется только после согласования с руководителем отдела продаж и при условии приобретения максимально-насыщенного гостиницы пакета.

V. Обсуждение результатов

По результатам мониторинга омского рынка гостиничных услуг нами был составлен перечень гостиниц, заявляющих о наличии специальных предложений для корпоративных клиентов. В этот перечень также были включены отели, располагающие специализированными площадями для оказания конференц-услуг. В таблице 1. обобщены сведения об омских отелях, располагающих конференц-площадями и схожим с «Туристом» ассортиментом услуг.

В перечень отелей-конкурентов мы включили гостиницы «АМАКС Отель Омск», «ИБИС», «Камелот», «Аврора». Эти отели имеют схожую с «Туристом» специализацию на деловых клиентах и примерно одинаковый уровень комфорта.

Как видно из данных, приведенных в таблице 1 ни одна из перечисленных гостиниц не публикует информацию о наличии специальных условий для корпоративных клиентов. У большинства гостиниц имеется вкладка «Специальные предложения», однако в этом разделе речь идет об акциях и спецпредложениях для всех категорий клиентов. На сайте отеля «Маяк» в разделе «Спецпредложения» представлены два вида тарифных планов для организаторов мероприятий. Остальные отели предлагают вниманию гостей только вкладки «Конференц-услуги», «Организация мероприятий», «Банкетное обслуживание». Такая ситуация объясняется тем, что именно эти услуги являются самыми востребованными, а условия работы с корпоративными клиентами оговариваются в индивидуальном порядке и не разглашаются сторонами. Однако наличие специальных сервисов на сайте облегчает потенциальному заказчику принятие решения о выборе места проведения мероприятия. На сайте гостиничного комплекса «Турист» имеется сервис для оформления заявки на проведение мероприятия. Заявка заполняется и направляется непосредственно в адрес сотрудников отдела продаж, минуя Reception. Если на Службу приема и размещения гостиницы поступает звонок от потенциального заказчика, его переадресуют в этот же отдел.

ТАБЛИЦА 1
ОТЕЛИ-КОНКУРЕНТЫ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА «ТУРИСТ»

Название гостиницы	Размер номерного фонда	Наличие конференц-залов	Наличие специальных (пакетных) предложений для корпоративных клиентов	Наличие специальных вкладок для корпоративных клиентов
«АМАКС Отель Омск»	194	1 зал на 50 чел.	–	–

Ибис	168	2 зала на 30чел., 1 зал на 70 чел., терраса на 40 чел.	–	–
Камелот	27	1 зал на 60 чел.	–	–
Аврора	124	1 зал на 120 чел., 2 зала на 30 чел., Бизнес-центр вместимостью на 15 чел.	–	–
Маяк	122	1 зал на 160 чел., переговорная	–	+

Анализ конкурентной среды гостиничного комплекса «Турист» выявил отсутствие на омском рынке гостиничных услуг не только пакетных предложений для корпоративных клиентов, но отсутствие специальных возможностей для данной категории гостей. Конференц-залы конкурентов «Туриста» располагают традиционным набором оборудования. Расширение ассортимента оборудования позволит укрепить позиции на рынке.

VI. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По нашему мнению, наличие пакетного предложения позволит гостинице «Турист» выделится на фоне конкурентов. Большинство гостиничных предприятий относится к формированию пакетных предложений очень поверхностно, составляя пакеты из небольшого количества стандартных услуг, например, пакет «Размещение + завтрак + трансфер». Главный недостаток пакета гостиничных услуг – это цена, которая должна быть заведомо выше обычного предложения на размещение. Одним из вариантов решения данной проблемы может выступить внедрение динамического формирования пакетов, когда гость сам вовлечен в его создание. Основными принципами формирования пакетных предложений в гостиничном бизнесе являются следующие:

1. Пакет услуг должен быть законченными, то есть услуги должны дополнять друг друга.
2. Стоимость пакета должна быть ниже, чем сумма входящих в него услуг по отдельности.

Поскольку состав пакета услуг определяется гостиницей самостоятельно, то никаких ограничений по их количеству и видам не существует. Формирование состава пакета осуществляется из услуг, предоставляемых только гостиницей, или из собственных услуг и услуг, оказываемых другими компаниями на условиях посредничества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Корпоративные продажи в гостинице: принципы работы . URL: <https://www.frontdesk.ru/article/korporativnye-prodazhi-v-gostinice-principy-raboty> (дата обращения: 01.11.2018).
2. Конгресс-бюро Москвы о предпочтениях планировщиков деловых мероприятий . URL: <https://www.ttg-russia.ru/touragent/kongress-byuro-moskvy-o-predpochteniyakh-planirovshchikov-delovykh-meropriyatij.html> (дата обращения: 01.11.2018).
3. Козлов Д. А. Формирование пакетных услуг в гостиничном бизнесе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 4, ч. 4. С. 780–784.

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Е. В. Кулагина, Ю. В. Сивкова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Статья посвящена анализу развития сельского туризма в европейских странах. Показана роль сельского туризма в устойчивом развитии сельских территорий, рассмотрены особенности развития сельского туризма в разных странах; показано смысловое отличие понятий «качество услуг» и «качество обслуживания». Определены неосознаваемые атрибуты услуг, определяющие мнение потребителей о турпродукте.

Ключевые слова – сельский туризм, услуги сельского туризма, качество обслуживания.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сельский туризм в настоящее время имеет сильные преимущества на международном рынке, поскольку он уже сыграл ключевую роль в развитии некоторых сельских районов, которые были экономически и социально депрессивными. Всемирная туристская организация считает, что ежегодный прирост сельского туризма в годовом исчислении составляет 6%. Мировым лидером в области услуг сельского туризма является Европа. За последние несколько лет туризм в Европе увеличился на 52 %. В Европе зарегистрировано более 200 000 предприятий фермерского и деревенского туризма и имеют более 2 000 000 человек [1]. Количество учреждений, служащих поселением для общего сельского туризма. Немногие страны в сельском туризме собирают статистические данные. В некоторых странах сельский туризм имеет давнюю традицию, а в некоторых напротив история сельского туризма восходит к 1980-м и 1990-м годам [2].

Деревенский туризм сегодня стал инструментом развития сельских районов. В новой сельской экономике значимость совместной модификации сельского ландшафта, культуры и образа жизни, по сути, становится равной по значимости физической эксплуатации аграрных земель. Сельский туризм поддерживает сохранение социального наследия, обеспечивая его разнообразие. Сельский туризм, способствует созданию рабочих мест в сельской местности. Сельский туризм рассматривается как широкая концепция, которая включает не только отдых за границей городской среды, но и различные другие туристические мероприятия, проводимые в сельской местности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В научных работах по сельскому туризму исследователи в основном анализируют вероятные тенденции развития сельского туризма и значение для местных сельских жителей, а также обсуждают опыт и проблемы, организацию деятельности на ферме в аспектах управления и права [3,4,5], при этом сосредоточенность внимание на мерах по повышению качества услуг в области сельского туризма недостаточно. Основной задачей нашего исследования является изучение опыта развития сельского туризма в европейских странах, выявление сущности качества обслуживания в теоретическом аспекте, анализ детерминант качества обслуживания.

III. ТЕОРИЯ

Сельский туризм часто является фрагментированным продуктом, и развитие часто связано с индивидуальным предпринимательством. Независимо от области, в которой практикуется сельский туризм, эта форма туризма относится к небольшим группам посетителей среднего дохода [5].

Основными компонентами сельского туризма являются: сельскохозяйственный туризм, культурно-познавательной, экотуризм и активный туризм.

В большинстве сельских районов развитие туризма характеризуется акцентом на культурно-историческом наследии местности. Важную роль также играет гастрономическая составляющая тура [6].

В Европе феномен сельского туризма получил широкую распространность и продолжает расти. Всемирная туристская организация считает, что ежегодный прирост сельского туризма в годовом исчислении составляет 6% [4]. Национальные туристические офисы всегда ищут и поощряют новые рынки, и рынок сельского туризма является одним из них.

Привлекательность развития сельского туризма для европейских фермеров обусловлена следующем отсутствием высокой необходимости развивать туристскую сельскую инфраструктуру. При этом минимальными условиями развития туризма в сельской местности является наличие дома (средства размещения гостей), наличие технических коммуникаций (снабжение электроэнергией, водоснабжение, водоотведение и пр.); владение членами семьи одним иностранным языком, транспортная доступность сельской территории.

Условия размещения туристов в сельской местности могут быть разные. Это может быть отдельно стоящий сельский дом. Широко распространены этно-дома, представляющие собой дома с дополнительными постройками в традиционном стиле народной архитектуры. Эти дома имеют элементы фермерского хозяйства, основанного на традиционной сельскохозяйственной деятельности, на старых обычаях и наследии. Этно-дома могут иметь статус музейной экспозиции.

Этно-поселение представляет собой старые способы ведения хозяйства и строения домов.

Одной из ключевых предпосылок успешного развития сельского туризма является удовлетворение потребностей и ожиданий потребителей посредством улучшения разнообразия и качества услуг.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Среди стран Европейского союза страной с самой широкой сельской местностью является Финляндия; только 5% населения проживает в городских районах. С середины 1980-х годов Министерство сельского и лесного хозяйства начинает активную политику по реструктуризации экономики сельских районов. Происходит pilotирование финансовой структуры и методов поддержки фермеров, желающих построить деревенские коттеджи для приема туристов. Были организованы бесплатные курсы для обучение деревенских жительниц на предмет изучение культуры, традиций сельского быта, сельской трапезы [1]. Результаты этой политики отразились в увеличении числа предпринимателей в области сельского туризма, в увеличении потока туристов в сельскую местность, в открытие новых рабочих мест.

В Ирландии к сельскому туризму относя поездки в сельские поселения и города с населением менее 1500 человек. В этой стране широко распространены консультационные услуги и обучение сельскому туризму.

Считается, что Сербия не имеет давних традиций в сельском туризме. Первые деревни, принимающие туристов, стали появляться в середине 1970-х годы. Постепенно в Сербии сформировалась география сельского туризма: появились отдельные деревенские домохозяйства, специализированные для приема туристов, этно-хаусы в которых все хозяйствственные постройки и оборудование выдержаны в традиционном стиле народной архитектуры и этно-поселения.

Болгарские деревни – это поселения, которые до сих пор сохранили свои глубокие традиции и историю; сохранились старые ремесла и производство экологических продуктов.

В Дании сельский туризм также получил определенную распространённость. Туристам предоставляется возможность разместиться в хижинах, кемпингах, гостиницах; среди развлечений предлагаются экскурсионные услуги, велопрогулки, рыбалка и пр.

В Турции сельский туризм также относится к молодым видам туристской деятельности. Развитие сельского туризма предполагало создание надежной статистической базы показателей, подготовку инструкторов по организации сельских туров, обучение поставщиков пищевых продуктов и подготовку менеджеров и экспертов, работающих в государственных учреждениях и организациях.

Австрийские фермерские хозяйства, специализирующиеся на приеме туристов и контролируемые по качеству, отмечены гербом качества «Праздники фермы» («Добро пожаловать на ферму»). Это означает, что это рабочая ферма, и турист может окунуться в настоящий фермерский быт.

В Австрии есть специальные каталоги с темами сельского отдыха: сельский отдых с детьми; здоровье и экопродукты, верховая езда; отдых для людей с ограниченными возможностями. Качество услуг австрийских ферм имеет экспертную оценку, что позволяет туристику выбрать наиболее подходящий сельский отдых.

В Боснии и Герцеговине сельским туристам принято предлагать на небольших местных фермах традиционные готовые блюда: хлеб, соки, мед, молоко и пр. На протяжении многих лет Босния и Герцеговина остается одним из неоткрытых природных регионов южной части Альп. Страна стала популярным местом для экотуризма, привлекающим любителей природы. В хорошо сохранившейся природе, окруженной термальной водой и уникальной флорой и фауной, можно обнаружить множество пешеходных и треккинговых троп.

Сельская местность Кипра имеет множество разнообразных богатств с традиционными деревнями, виноградниками и винодельнями

Отличительной особенностью сельских турбов в Чехии являются праздники на фермах и блюда традиционной чешской кухни.

Неотъемлемой частью финского сельского отдыха являются сельские праздники, рыбалка, национальная кухня и финская сауна.

Фермерские праздники и сельский туризм являются неотъемлемой частью индустрии туризма по всей Германии. Около 10 000 ферм предлагают отдых в сельской местности.

В Исландии и Бельгии туристам предлагают целый ряд коттеджей с самообслуживанием, коттеджей с самообслуживанием, традиционных апартаментов для ферм в комфортабельных загородных отелях.

В Англии фермерские семьи демонстрируют туристам свой образ жизни и ландшафты страны. Размещение варьируется от личного приема в собственных домах фермеров до частных коттеджей для отдыха, предлагающие удобства для самообслуживания.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Анализ опыта развития сельского туризма в европейских странах показывает, что стратегии туризма могут значительно способствовать развитию сельских районов, при условии, что стратегии управления туризмом соответствуют критериям устойчивости и сельский туризм не является единственным инструментом развития сельских районов.

Важным вопросом в предоставлении услуг сельского туризма является качество обслуживания туристов.

Говоря о качестве сельского туризма целесообразно развести понятия «качества услуг» и «качество обслуживания». Потребители могут оценивать пакет услуг сельского туризма по его структуре, срокам, цене и применяемым современным технологиям предоставления услуг. Качество обслуживания во многом зависит от компетенций персонала в области сервисной деятельности. Восприятие качества обслуживания во многом зависит от ожиданий потребителей до того, как он станет потребителем услуг.

Если в процессе потребления услуг у клиента не возникло отрицательного несоответствия между ожиданиями и полученными впечатлениями, а предоставленный сервис воспринялся как привычный, то можно сделать заключение о типичном базовом уровне качества обслуживания туриста. Если мы имеем дело с отрицательным несоответствием между ожиданиями и полученным сервисом, то можно констатировать низкое качество обслуживания. Если же предоставленный сервис был неожиданным и вызвал удивление и целую гамму положительных впечатлений, то в это случае есть основания говорить о высоком качестве обслуживания. Таким образом качество обслуживания во многом связано с неосознанными атрибутами услуг сельского туризма:

удобство, атмосфера,уважение, дружелюбие, компетентность, сочувствие, надежность, отзывчивость, вежливость и честность. Неосознанные атрибуты услуг впечатляют потребителей и меняют его мнение о качестве сельского турпродукта.

Качество услуг в области сельского туризма можно определить, как восприятие потребителем полезности услуги, которая была создана поставщиком услуг.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Услуги в сфере туризма в сельской местности характеризуются высоким содержанием нематериальных атрибутов. Качество обслуживания во многом обусловлено потребительскими ожиданиями и предпочтениями.

Следовательно, операторы туристического бизнеса должны использовать растущий общественный интерес к сельскому туризму и окружающей среде. В целях привлечения потенциальных пользователей и повышения их лояльности владельцы сельских средств размещения должны сформировать позитивный имидж своего бизнеса на рынке. Владельцы сельских гостевых домов, которые недооценивают важность разнообразия и качества услуг в условиях усиления конкуренции, рисуют потерять свои рыночные позиции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Coşkun Şerefoğlu Ab’nde Kirsal TuriZm Ve TürkiYe’ye. YönetiliK ÖneriLer Ekev Akademi DergiSi Yıl: 14 Sayı: 45
2. Busby G., Rendle S. The transition from tourism on farms to farm tourism // Tourism Management. 2000. 21:635–42.
3. Che D., Veeck A., Veeck G. Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations // Agriculture and Human. 2005. Values 22 (2): 225–34.
4. Hjalager A.-M. Agricultural diversification into tourism: Evidence of a European Community development programme // Tourism Management. 1996. 17 (2): 103–11.

5. Joshua B., Wilson Dawn, Thilmany, Philip Watson The role of agritourism in Western states: Place-specific and policy factors influencing recreational income for producers // *The Review of Regional Studies*. 2006. Vol. 36, № 3. P. 381–399.

6. Marks Emilia, Polucha Iwona, Jaszczak Agnieszka, Marks Marek. Agritourism in Sustainable Development: Case of Mazury in North-eastern Poland *Integrated and Sustainable Rural Development*

7. Sorensen T., Epps R. The role of tourism in the economic transformation of the Central West Queensland Economy// *Australian Geographer*. 2003. Vol. 34. P. 73–89.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

А.В. Куприна, Д.А. Нечаева
Тюменский государственный университет, Тюмень

Аннотация – В статье идет речь о достаточно актуальной теме, которая имеет большое значение, как для Башкирии, так и для России. Проблемы и перспективы развития туризма на такой уникальной территории как Республика Башкортостан в сейчас активно обсуждаются. А для того, чтобы говорить и делать выводы о перспективности туристского развития в данном субъекте Российской Федерации стоит обратиться к статистическим данным за последние 8-9 лет и провести анализ данных.

Ключевые слова – туризм, туристический потенциал, Республика Башкортостан, въездной туризм, внутренний туризм, туроператор, турагент, туркластер.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в России происходит оживление рынка внутреннего туризма. Главным фактором такого процесса является снижение курса рубля. Безусловно, огромную популярность приобрели курорты Крыма и Краснодарского края, но заметное оживление в летний сезон произошло и в ряде других регионов, удаленных от морских побережий. Одним из них стала Башкирия.

В современном мире туризм является перспективным направлением развития для Республики Башкортостан: множество нетронутых уголков природы и лечебных ресурсов позволяет развивать сразу несколько направлений туризма. Так же с каждым годом все больше туристов отдают предпочтения отдыху в окружении нетронутой природы. Но, вследствие неразвитости туристической инфраструктуры, недостаток регулятивных мер со стороны государства, отсутствие путей взаимодействия между частными организациями туризма и государства, весь потенциал туристской области не может использоваться эффективно и именно эти факторы являются главными проблемами развития туризма на территории изучаемого объекта. Данное противоречие определяет актуальность темы и выявляет необходимость более тщательного исследования проблем и перспектив развития туризма данной территории.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью статьи является анализ проблем и перспектив развития туризма на примере Республики Башкортостан. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач: 1) рассмотреть основные характеристики региона; 2) провести анализ состояния рынка туристских услуг Республики; 3) выявить потенциал для развития туризма на изучаемом объекте. При проведении данного исследования использовались такие методы, как анализ; методы сравнения, сопоставления данных.

III. ТЕОРИЯ

В первую очередь для того, чтобы оценить состояние туристического рынка территории необходимо разобрать, какие она имеет характеристики. Республика Башкортостан расположена в южной части Уральских гор, на стыке двух континентов – Европы и Азии. Столицей является город Уфа. Площадь Башкирии составляет 143 тыс. кв. км или 0,8 % от общей площади страны [7]. Регион занимает большую часть Южного Урала. На севере граничит со Свердловской областью и Пермским краем, на юге и юго-западе с Оренбургской областью, на востоке с Челябинской областью, на западе и северо-западе с Удмуртской республикой и республикой Татарстан. Республика Башкортостан характеризуется многообразием ресурсов и природных условий.

Климат континентальный, то есть теплое и влажное лето и умеренная суровая зима. Число солнечных дней в году составляет примерно 261-287 дней. [7].

Территория республики имеет уникальный природный ландшафт. Растительный и животный мир представляет собой пеструю смесь волжско-камских, уральских и сибирско-казахстанских видов. Башкирия находится в пределах четырех географических зон умеренного пояса: смешанных и широколиственных лесов, лесостепную и степную зону. Лесами покрыто более 2/3 всей территории Башкортостана. Уральские горы протянулись широкой полосой от севера до юга границ территории. Увалисто-холмистые равнины Башкирского Предуралья занимают 2/3 площади республики. В республике насчитывается около 13 тысяч

рек, 2,7 тысяч озер и водохранилищ, более 300 карстовых пещер. Башкортостан является одной из красивейших республик нашей страны. Не зря ее называют второй Швейцарией [1]. Именно поэтому она имеет большой поток туристов не только из России, но и из-за рубежа. Такой привлекательностью республика обязана своим многочисленным здравницам, санаториям, туристическим базам и горнолыжным курортам. Регион является круглогодичным местом отдыха, что тоже не мало важно для туристического кластера.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Туристический рынок Республики по своей структуре является рынком несовершенной монополистической конкуренции. По сведениям Ассоциации туристских организаций Республики Башкортостан в настоящее время в регионе функционирует 320-330 турфирм. Подавляющее число таких предприятий занимаются турагентской деятельностью, то есть розничной продажей турпродукта зарубежных и отечественных туроператоров по всевозможным направлениям. В Башкирии существует всего четыре официальных региональных туроператоров, предлагающих отдых в своем регионе: ООО «Роза ветров Башкортостана», НП «Экологическое объединение «Тенгри», ООО «Зианчура», ООО «Башкомснаб». Этими хозяйственными субъектами за 8 месяцев 2008 года отправлено на отдых 8500 человек, в том числе спортивные и экстремальные туры. Помимо этих фирм в регионе существует еще ряд маломощных туристических фирм местного значения, а также производственные предприятия, которые имеют свои базы отдыха на территории Башкирии. Но большой проблемой является то, что они отсутствуют в Федеральном реестре туроператоров, что значительно усложняет их работу. В таблице 1 представлены данные по количеству турфирм за 2010-2017 гг.

ТАБЛИЦА 1
ЧИСЛО ТУРИСТСКИХ ФИРМ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
туроператорская деятельность	6	2	2	2	1	-	-	-
туроператорская и турагентская деятельность	-	7	19	15	15	18	15	14
Турагентская деятельность	262	302	285	289	272	266	239	270
экскурсионная деятельность	5	4	5	8	14	12	9	-
всего, единиц	273	315	311	314	302	296	263	284

[Составлено автором на основе данных 2]

Проанализировав данные таблицы, очевидно, что по сравнению с 2011-2013 годами в настоящее время общее количество туристских фирм сократилось в разы, а в частности местные туроператоры исчезли с рынка 4 года назад. Исчезновение туроператоров и сокращение числа туристических агентств можно объяснить ужесточением Федерального закона №132 «Об основах туристской деятельности», в котором прописаны требования, права и обязанности туроператорских и турагентских хозяйствующих субъектов, соответствовать которым достаточно сложно, поэтому ряд хозяйственных субъектов прекратили или временно приостановили свою деятельность. А также интересно то, что с рынка исчезли все экскурсионные агентства, связано это с тем, что сейчас все турагентские хозсубъекты имеют своих гидов, экскурсоводов и гидов-экскурсоводов, вследствие чего надобность в услугах сторонних экскурсионных бюро отпала. Согласно статистическим данным, стоимость путевок, реализованных по зарубежным путешествиям всегда в разы, превышает стоимость путевок, реализованных по территории России. За 2007 год финансовый оборот туристской отрасли Башкортостана составил примерно 3,5 миллиарда рублей.

Башкирия является перспективной территорией для развития туризма и главы республики прекрасно понимают это. Для содействия развитию туристической отрасли в Республике в 2012 году была принята Государственная программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан». [3] Она была разработана для формирования в объекте современного высокоеффективного туристического комплекса, создания благоприятных условий для активного продвижения внутреннего туристического продукта на российский и международный рынки и увеличения внутреннего, и въездного туристического потока. Так же вывод о перспективном развитии территории можно сделать, проанализировав статистические данные по объему туристских услуг, оказанных населению на территории республики.

ТАБЛИЦА 2
ОБЪЕМ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ, ОКАЗАННЫХ НАСЕЛЕНИЮ, МЛН, РУБ.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Республика Башкортостан	2 351,2	2 395,8	2 572,5	2 742,3	3 366,8	3 870,5	4 157,6	4 344,3	4 700,4

Проанализировав данные таблицы, мы видим, что объем реализованных услуг с каждым годом растет на протяжении уже 8 лет, построим график, чтобы наглядно увидеть активную тенденцию роста объема оказанных услуг.

За 9 лет доход республики от оказанных туристских услуг всего составил 25 805 700,4 млн. рублей, что является огромным вложением в бюджет Башкирии. Такая тенденция роста говорит о том, что существует интерес к данной территории, а принимающая сторона готова к принятию потока интересующихся лиц.

ТАБЛИЦА 3
ДИНАМИКА РОСТА ОБЪЕМА ТКРУСЛУГ, ОАЗАННЫХ НАСЕЛЕНИЮ

	Относительные показатели, %		Абсолютные показатели, млн. руб.
	Базисные	Цепные	
2009	-	-	-
2010	+2	+2	44,6
2011	+9	+8	221,3
2012	+17	+7	391,1
2013	+43	+23	1 015,6
2014	+65	+15	1 519,3
2015	+77	+7	1 806,4
2016	+85	+4	1 993,1
2017	+100	+8	2 349,2

Так же из третьей таблицы, можно увидеть, что с каждым последующим годом происходит рост дохода. Это можно объяснить появлением в 2012 году Государственной программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Башкортостан». То есть на территории начала создаваться инфраструктура и все условия, необходимые для привлечения туристов, такие как: средства размещения и общественного питания соответствующих стандартам качества, обучение кадров сервиса и туризма, а так же повышение их квалификации, так же появление на улицах города указателей на русском, башкирском и английском языках, благодаря этому посещаемость республики возросла. Как раз по данным таблицы мы видим, что именно с 2012 года доход увеличился в разы, а именно на 391,1 миллион рублей или это составило прирост от 2012 года к 2009 году +17%, а прирост от 2016 года к 2009 составил +85%, но самый высокий прирост к 2009 году был в 2017 году, он составил 2 349,2 миллиона рублей или +100%, что является очень высоким показателем роста.

ТАБЛИЦА 4
ЧИСЛЕННОСТЬ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН И ГРАЖДАН РФ, РАЗМЕЩЕННЫХ В КОЛЛЕКТИВНЫХ СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН (БЕЗ УЧЕТА МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ), ТЫС. ЧЕЛ.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Иностранные граждане	7,3	9,8	8,6	15,3	18,3	24,6	41,8	39,6
Граждане РФ	489,6	476,4	571,3	820,3	864,0	808,0	777,7	988,69

[Составлено автором на основании данных Росстата]

По данным таблицы видно, что количество иностранцев, посетивших республику в разы меньше, чем граждан России. Однако даже при таком не большом количестве с 2009 по 2015 год наблюдался рост по количеству прибытий из-за рубежа, как правило это были деловые поездки и туризм по нетронутым уголкам природы. Всего прирост составил. Но стоит заметить, что в 2016 году произошел небольшой спад -6% зарубежного потока, это можно объяснить неустойчивой политической обстановкой в мире и не доверительное отношение иностранцев к России. Данный фактор является проблемой международного

туризма не только для республики, но и для всей страны в целом. Примечательно то, что в 2015 году Башкортостан вошел в 20 регионов из 85 по количеству прибытий иностранных граждан [5]. Впереди оказались только города федерального значения и области, располагающиеся на морском побережье.

Со стороны количества туристов-граждан РФ, размещенных в средствах коллективного размещения, ситуация стоит коренным образом наоборот. Их число достаточно высокое, показатели постепенно увеличиваются. Но немало важным фактом является то, что в 2014 году был значительный спад, однако этому существует вполне логичное объяснение. В 2014 году в России в городе Сочи проходили спортивные олимпийские игры. Данное мероприятие, безусловно, привлекло огромный внутренний поток на территорию Сочи, следовательно, количество посещений других регионов страны значительно уменьшилось. Всего за 8 лет Башкортостан посетило 5 795,99 тысяч граждан России.

ТАБЛИЦА 5
ДИНАМИКА ЧИСЛЕННОСТИ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН И ГРАЖДАН РФ

Год	Иностранные граждане	Граждане РФ	Относительные, %				Абсолютные, тыс.чел.	
			Иностранные граждане		Граждане РФ		Иностранные граждане	Граждане РФ
			Базисные	Цепные	Базисные	Цепные		
2009	7,3	489,6	-	-	-	-	-	-
2010	9,8	476,4	+34	+34	-3	-3	2,5	-13,2
2011	8,6	571,3	+18	-12	+17	+20	1,3	81,7
2012	15,3	820,3	+110	+78	+68	+44	8	330,7
2013	18,3	864,0	+151	+20	+76	+5	11	374,4
2014	24,6	808,0	+237	+34	+65	-6	17,3	318,4
2015	41,8	777,7	+473	+67	+59	-4	34,5	288,1
2016	39,6	988,7	+442	-5	+102	+27	32,3	499,1

Для большей наглядности приведены расчеты относительных и абсолютных величин по данным Таблицы 4. Мы видим, что, начиная с 2012 года количество иностранцев стремительно росло, максимальной точки прирост к 2009 году достиг в 2015 году и составил +473% (34,5 тысяч человек). Это опять же таки можно объяснить политикой республики в направлении развития туризма, а также это объясняется повышением интереса граждан из-за рубежа к нетронутым уголкам природы, чем и богата Башкирия. Но если же в количестве иностранных граждан наблюдаются незначительные колебания, то ситуация с гражданами Российской Федерации выглядит не однозначно, можно наблюдать как убыль, так и прирост туристов. Например, в 2010 году наблюдался упадок в 3% к 2009 году, но далее наблюдался только прирост. Однако стоит обратить внимание на относительные цепные величины по гражданам РФ, в которых видно, что в 2014 и в 2015 году был спад отечественного туристического потока по отношению к предыдущим годам, что можно объяснить повышенным интересом к Олимпийским играм 2014 года в Сочи , а так же в последующие годы проявлялся интереса к месту проведения Олимпиады.

V. Выводы и заключение

В Республике существует проблема с привлечением иностранного туристического потока. В первую очередь причиной этой проблемы является низкий уровень рекламы региона за рубежом, далее малоразвитость и недостаточность соответствия стандартам качества инфраструктуры области для приема граждан из-за границы, а именно недостаток указателей и информационных стендов в пределах туристических дестинаций, а также низкий уровень знания английского языка работниками сервиса и местного населения.

Из всего вышесказанного выходит логичный вывод, что территория является очень перспективным объектом для развития туризма, во-первых, это великолепная природная территория, высокий туристический потенциал и возрастающий интерес аудитории к Башкортостану. Но существует определенный ряд проблем, который мешает интенсивному развитию. Регион прикладывает усилия чтобы привлечь отечественных и зарубежных туристов на местные базы отдыха, но отсутствие туристических указателей и стендов, а также огромная нехватка англоязычного персонала становится большим препятствием для развития туризма. Хотя статья туризма в бюджете республики имеет высокое значение. Поэтому власти региона, а также заинтересованное местное население старается приложить как можно больше усилий чтобы сделать свою республику популярным туристским центром.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Башинформ.ру . URL: <http://www.bashinform.ru> (дата обращения: 24.10.2018).
2. Башстат . URL: <http://bashstat.gks.ru> (дата обращения: 24.10.2018).
3. Григоренко Т. И. К вопросу об основных изменениях закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // Вестник национальной академии туризма. 2017. № 2 (42). С. 16–19.
4. Государственный комитет Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму . URL: <https://biznestur.bashkortostan.ru> (дата обращения: 20.10.2018).
5. Отдых в России . URL: <http://rustur.ru> (дата обращения: 24.10.2018).
6. Республика Башкортостан . URL: www.bashkortostan.ru (дата обращения: 24.10.2018).
7. Федеральная служба государственной статистики . URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.10.2018).
8. Федеральное агентство по туризму. . URL: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 23.10.2018).

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК В РОССИИ

А. В. Куприна, К. В. Якунина
Тюменский государственный университет, Тюмень

Аннотация – Роль воздушного транспорта в современном мире трудно недооценить. Авиаперевозки характеризуются высокой скоростью, возможностью выбора кратчайшего пути перемещения и высокого уровня комфорта, разнообразием дополнительных услуг. На долю воздушного транспорта в настоящее время приходится около 80 процентов всех перевозок. Также актуальными являются и международные авиаперевозки, благодаря которым осуществляется оперативная доставка грузов и людей на дальнее расстояния. Значимость воздушного транспорта возрастает в связи с глобализацией экономики. Все выше сказанное подтверждает статистика авиаперевозок. В статье приведен сравнительный анализ ведущих авиакомпаний Российской Федерации.

Ключевые слова – авиакомпания, авиаперевозки, туризм, пассажирооборот, Росавиация, факторы развития, гражданская авиация, конкурентоспособность, международные перевозки, транзит, темпы роста.

I. ВВЕДЕНИЕ

На данный момент авиаперевозки динамично развиваются. В нашей стране огромное количество авиакомпаний. Но все они зависят от состояния экономики в нашей стране, от уровня жизни населения. Мелкие авиаперевозчики зачастую находятся на грани банкротства. Почти любое государство имеет собственную, а в большем случае и не одну, компанию, которая осуществляет перевозку пассажиров. Более миллиона авиаперелетов осуществляется ежегодно. Большинство людей предпочитают воздушный транспорт, так как транспортировка на нем достаточно быстрая и безопасная, именно по этой причине данная тема является актуальной. При проведении исследования были использованы статьи таких авторов, как Иглин А.В., Цикунов А.А., статданные сайта Росавиации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Отечественные авиакомпании, осуществляющие международные авиаперевозки, пребывают в настоящее время в различных стадиях формирования. Многие из них продолжают быть в имуществе страны и, помимо смены названия, мало что поменялось в их работе. Иные авиакомпании произвели существенные шаги для образования независящих акционерных обществ и перехода к стандартной структуре западных авиакомпаний.

Целью данной работы является проведение сравнительного анализа ведущих авиакомпаний России. Для достижения цели необходимо решить две задачи: 1) предоставить краткую характеристику ведущих авиаперевозчиков Российской Федерации; 2) провести сравнительный анализ основных российских авиакомпаний. При проведении исследования применялись методы анализа, сравнения, сопоставления данных. Теоретической базой послужили статданные интернет сайтов авиакомпаний, Росавиации, статьи ученых.

III. ТЕОРИЯ

Существует достаточное количество факторов, которые влияют на выбор авиаперевозчика: советы друзей, позитивный прошлый опыт, имидж компании, невысокая стоимость авиабилетов, удобное время прилета-вылета и др. Все они (факторы) зависят от сервиса и качества обслуживания на всем протяжении оказания услуги [1].

По данным Федерального агентства воздушного транспорта, «Росавиации», ведущими авиакомпаниями являются: «Аэрофлот – российские авиалинии», «Сибирь», «Россия», «Уральские Авиалинии», ПАО «Авиакомпания ЮТэйр». На данный момент достаточное количество авиаперевозок происходит на советской технике с ее огромным износом. Согласно анализу Росавиации, авиапарк, который сейчас находится у большинства авиакомпаний сможет действовать не более 5 лет [2].

Приведем характеристику наиболее популярной авиакомпании: «Аэрофлот – российские авиалинии». Именно эта авиакомпания является бесспорным лидером гражданской авиации в Российской Федерации. Данный хозяйствующий субъект был основан 17 марта 1923 года и имеет в своем распоряжении 243 лайнера, самолеты различных классов. Главный офис закреплен в аэропорту Шереметьево. Аэрофлот –

самый крупный в нашей стране и активно формирующийся авиационный холдинг. Компания отвечает самым лучшим международным образцам обеспечения безопасности перелетов [3].

Авиакомпания «Сибирь», более известна как «S7 Airlines» достаточно успешна на российском рынке. Была основана 1957 году. Компания «Сибирь» ассоциируется с 3 крупными авиакатастрофами за последние 15 лет.

Исходя из этого, компанией было принято решение о смене названия. Она выполняет рейсы по России и в 150 стран мира, т.е. специализируется как на внутреннем рынке, так и на зарубежном. Авиакомпания «S7 Airlines» стремится вводить наиболее современные технологии онлайн обслуживания своих пассажиров [4].

Акционерное общество «Авиакомпания «Россия» входит в состав группы «Аэрофлот» и является одной из крупнейших авиакомпаний. Входит в пятерку лучших авиакомпаний России. Маршрутная линия авиакомпании имеет более 130 внутренних и международных направлений. Базовыми аэропортами являются Пулково (Санкт-Петербург) и Внуково (Москва) [5].

История авиакомпании «Уральские Авиалинии» началась в 1943 году. В его авиапарке имеются 46 лайнеров европейского образца, уже в 2018 году к ним прибыло несколько новых лайнеров. Компания является членом международной ассоциации воздушного транспорта IATA. Базовые аэропорты: Москва (Домодедово) и Екатеринбург (Кольцово) [6].

Рассмотрим авиакомпанию «ЮТэйр», выполняющую перевозки по России и за рубежом. Узловыми аэропортами являются аэропорт Внуково (Москва) и Аэропорт Сургут (Сургут). Пассажиропоток Utair побил рекорд прошлого года и вырос на 14%. Компания возникла в 1967 году – с формирования Тюменского управления гражданской авиации [7].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Сравнительный анализ проведен по данным Росавиации (таблица 1), по количеству перевезённых пассажиров за январь-август 2017 и 2018 гг. (включая международные и внутренние перевозки).

ТАБЛИЦА 1.
ПЕРЕВОЗКИ ПАССАЖИРОВ ЗА 2017 – 2018 гг.

№	Наименование авиакомпании	январь-август 2017г. (чел.)	январь-август 2018г. (чел.)
1	Аэрофлот – российские авиалинии	21 793 605	23 471 524
2	Сибирь	6 590 973	7 772 357
3	Россия	7 769 355	7 764 983
4	Уральские Авиалинии	5 232 491	6 021 808
5	ПАО «Авиакомпания ЮТэйр»	4 806 053	5 010 234
6	Победа	2 947 004	4 509 799
7	Глобус	2 967 918	2 876 794
8	АЗУР эйр	2 481 735	2 820 733
9	Ред Вингс	1 018 435	1 705 558
10	Авиационная транспортная компания «Ямал»	1 170 504	1 393 661
11	РОЯЛ ФЛАЙТ	1 000 457	1 186 389
12	Аврора	1 042 482	1 095 989
13	Нордавиа-региональные авиалинии	799 063	800 924
14	Якутия	601 894	588 719
15	АЛРОСА	304 965	355 554
16	Саратовские авиалинии	527 868	190 226
17	Газпром авиа	164 194	157 168
18	Комиавиатранс	97 181	82 309
19	ЗАО «ЮТэйр»	46 814	48 166

Источник: составлено автором на основании данных Росавиации.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

По данным статистики можно сделать вывод, что к самому крупному авиаперевозчику за январь-август 2017 и 2018 гг. относится авиакомпания «Аэрофлот – российские авиалинии». С января-августа 2017 по

аналогичный период 2018 пассажироперевозки увеличились на 8%. Исходя из этого делаем вывод, что у данной компании огромный разрыв с остальными авиаперевозчиками. Услуги Аэрофлота пользуются огромным спросом на авиарынке. Стоит заметить, что билеты у «Аэрофлота» действительно в разы дороже, чем у конкурентов. Высокая цена на авиабилеты обусловлена тем, что у нее достаточно удобное расписание авиарейсов из многих городов России, а также огромный выбор лайнеров в ее авиапарке. Также Аэрофлот-российские авиалинии ввел новейшую бюджетную черту авиаперевозок.

На рисунке 1 видим, какой разрыв в объеме перевозок рассматриваемых авиакомпаний: Аэрофлот, Сибирь и Россия.

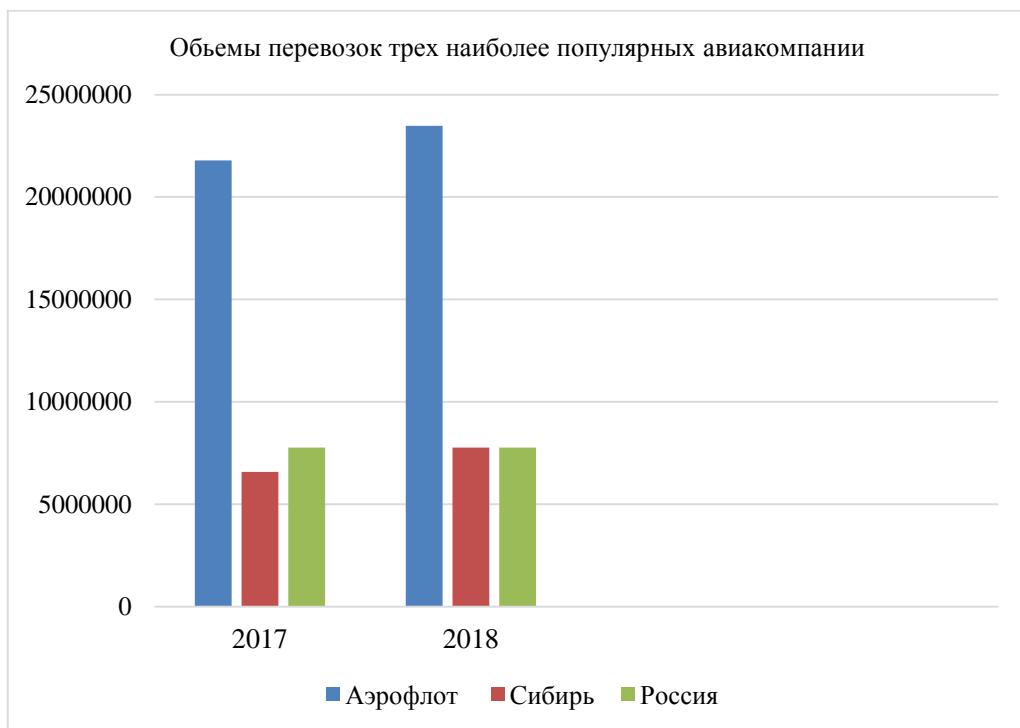


Рис. 1. Объемы перевозок трех наиболее популярных авиакомпаний

Пик роста авиаперевозок, как пассажирских, так и грузовых, по данным статистики, приходится на 90-е годы двадцатого века. На данный момент рынок исследуемых услуг так и не смог достичь данного уровня, но, начиная с 200-х годов наблюдается, хоть и незначительный, но стабильный рост авиаперевозок [9].

По мнению ряда специалистов, оптимальное количество авиакомпаний в стране должно быть в пределах от 70 до 100, при этом лишь 20 - 25 из них способны обслуживать международные авиалинии. Внутренние перевозки должны быть сферой деятельности 40 – 60 компаний. Достаточная численность региональных перевозчиков составляет порядка 40. Основной тенденцией рынка авиаперевозок, по мнению аналитиков, является уход с рынка большинства неплатежеспособных компаний, а также процессы слияния в отрасли, создание альянсов региональных авиаперевозчиков с крупными эксплуатантами.

Проблемами развития авиаперевозок в Российской Федерации являются недостаточность квалифицированных основных логистических операторов; кадров в анализируемой отрасли; проблемы в инфраструктурах аэропортов; некорректная ценовая политика аэропортов; ограниченная пропускная способность многих аэропортов; ослабление конкурентоспособности в исследуемой отрасли; развитие скоростного железнодорожного транспорта, а также широкое использование иностранного авиапарка.

По прогнозным данным к 2030 году ожидается утройение объема грузовых и пассажирских авиаперевозок, а устаревший авиапарк будет заменен 2500 новыми машинами [9].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. S7 Airlines : сайт авиакомпании. URL: <https://www.s7.ru>.
2. Аэрофлот – российские авиалинии : сайт авиакомпании. URL: <https://www.aeroflot.ru/ru-ru>.
3. Россия : сайт авиакомпании. URL: <https://www.rossiya-airlines.com>.
4. Уральские Авиалинии : сайт авиакомпании. URL: <https://www.uralairlines.ru>.
5. ЮТэйр : сайт авиакомпании. URL: <https://www.utair.ru>.
6. Авиаперевозки в России . URL: <http://Urfotrans.ru/>.

-
7. Иглин А. В. Особенности правового регулирования международных воздушных перевозок // Научный вестник УВАУ ГА (И). 2017. № 9. С. 41–46. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30506711>.
 8. Лебедев Ф. Л. Международная логистика авиационных перевозок // Новая наука: теоретический и практический взгляд. 2016. № 5. С. 16–20. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25949469>.
 9. Лебедев Ф. Л. Состояние, проблемы и тенденции развития рынка авиаперевозок в России // Молодой ученый. 2016. № 13 (1). С. 63–66. URL: <https://moluch.ru/archive/117/32175/>.
 10. Федеральное агентство воздушного транспорта (росавиация). Статистические данные 2017-2018 гг.. URL: <http://Urfotrans.ru/>.
 11. Цикунов А. А. Перспективы развития регионального рынка авиатранспортных перевозок // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. 2013. № 1. С. 41–45. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/perspektivy-razvitiya-regionalnogo-rynska-aviatransportnyh-perevozok>.

УДК 338.46+004.77

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ
КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ СЕЛЬСКИХ ГОСТЕВЫХ ДОМОВ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

О. В. Лукина, Е. В. Кулагина
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

Аннотация – В статье рассмотрены теоретические и практические вопросы информационного обеспечения и продвижения услуг сельских гостевых домов. На примере Омской области проводится анализ информационных ресурсов сельских гостевых домов в сети Интернет. Выявлено недостаточное обеспечение информацией о сельских гостевых домах потенциальных туристов, показаны основные причины этого. Предложены рекомендации по продвижению услуг сельских гостевых домов в сети Интернет.

Ключевые слова – информационные ресурсы, продвижение, сельский гостевой дом.

I. ВВЕДЕНИЕ

Для Омской области, обладающей социокультурным, рекреационным и экологическим потенциалами, одним из перспективных инновационных направлений устойчивого развития сельских территорий может являться развитие сельского туризма, который обеспечивает занятость сельского населения, позволяет снизить миграцию и избежать других негативных социальных и экологических последствий на селе.

В качестве средств размещения для туризма в сельской местности, рассматриваются так называемые сельские гостевые дома [1]. Создать сельский гостевой дом недостаточно, для того, чтобы он стал востребован, необходимо сделать так, чтобы о нем узнали потенциальные гости.

Сельским гостевым домам следует позиционировать свое дело как туристический объект и проводить активное продвижение в сети Интернет, привлекая потенциальных партнеров и клиентов.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Омская область предоставляет прекрасные возможности для отдыха на природе. Однако до сих пор сельский туризм в Омской области развит слабо. Но можно говорить о хороших перспективах развития этого вида туристской деятельности, хотя и относительно нового вида отдыха, не имеющего пока длительного накопленного опыта. В Омской области агротуризм (сельский туризм) как перспективное направление развития сельских территорий частично рассматривается в указе Губернатора Омской области от 24.06.2013 № 93 «О Стратегии социально-экономического развития Омской области до 2025 года». С учетом того, что сельский туризм можно успешно развивать, даже не имея каких-либо известных достопримечательностей, достаточно иметь хорошую фантазию, чтобы придумать что-нибудь интересное для туристов, а также пригодные для проживания средства размещения, как правило, сельские гостевые дома, для которых необходимы соответствующее информационное обеспечение и средства продвижения.

III. ТЕОРИЯ

Сельский гостевой дом – это малое специализированное средство размещения (часто семейное), расположенное в сельской местности или в малых городах, предоставляющее гостям услуги временного проживания, а также дополнительные услуги по организации досуга, питания, экскурсий и другие.

В настоящее время под продвижением понимают любую форму информирования потребителей о товарах, услугах и деятельности предприятия. Как показывает опыт существования различных средств размещения туристов, один из самых эффективных каналов продвижения их услуг – сеть Интернет.

Средствами продвижения сельского гостевого дома в сети Интернет являются: собственный сайт; реклама в СМИ, публикуемые в сети Интернет; социальные сети; продвижение через партнеров (туристские фирмы, ООПТ, транспортные компании и пр.); системы поиска и бронирования туруслуг и гостиниц.

В настоящее время для успешного продвижения брендов используют различные инструменты диджитал-маркетинга (цифровой маркетинг). Интернет-маркетинг для сельского гостевого дома – это совокупность мероприятий, прежде всего направленных на повышение рейтинга его интернет ресурса в сети, увеличение посещаемости и, как следствие, привлечение новых клиентов и рост бронирований. Это также профессиональный анализ и исследование ситуации на рынке (интернет – деятельность конкурентов, общее положение дел по отрасли, тенденции спроса и предложения), оценка возможности использования среди интернет для продвижения своих услуг, определение текущего положения проекта и его перспектив.

Очень важна разработка дизайна и наполнения сайта сельского гостевого дома с учетом потребностей клиентов, а также своевременные изменения и дополнения информации. С помощью современных технологий достаточно просто можно организовать проведение опросов, обеспечивать поддержку общения с пользователями и быстро реагировать на изменения их мнений. Конечно же, интернет-маркетинг – это еще и различная реклама на ресурсах сети Интернет, а также рассылка рекламных предложений и контекстная реклама в поисковых системах. Для каждого отдельного сайта сельского гостевого дома, интернет-маркетинг – это прежде всего индивидуальный способ заявить о себе. Цель интернет-маркетинга – это повышение эффективности деятельности сельского гостевого дома, как инструмента современного бизнеса. Самое главное – привлечь максимальное число людей из той целевой группы, на которую сайт сельского гостевого дома ориентирован. Для этого следует решать «внутренние» и «внешние» задачи. Внутренние – это наполнение сайта интересной потенциальным клиентам и гостям информацией, дизайн, обеспечение высокой скорости загрузки, совместимость с различными версиями браузеров, адаптивность сайта к различным устройствам и пр. Внешние задачи, как правило, ориентированы на создание положительного имиджа вне сайта. Задачами становятся постоянное изучение трафика сайта и информации о посетителях, которую можно получить, повышение популярности сайта, анализ действенности предпринимаемых маркетинговых шагов и т. д.

Для продвижения услуг сельского гостевого дома на интернет-рынок можно использовать не только традиционную баннерную или контекстную рекламу, но и технологии связей с общественностью, стимулирование сбыта с помощью объявлений о скидках, создания специальных партнерских программ.

Следует отметить, что на сегодняшний день продвижение через социальные сети сельских гостевых домов – наиболее недорогой и эффективный способ продвижения их услуг. Умелое использование возможностей социальных сетей открывает доступ к огромному количеству пользователей, привлечению целевой аудитории, с которой можно общаться, показывать фотографии и видео.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Если рассматривать в целом гостиничный бизнес в Омской области, включая город Омск, то можно отметить, что он достаточно развит. На территории Омской области действуют более 220 средств размещения (гостиницы, гостевые дома, санатории-профилактории, базы отдыха, хостелы) [2]. Анализ информации о сельских гостевых домах в Омской области показал, что в настоящее время сельские гостевые дома, как правило, имеются в тех муниципальных районах Омской области, где активно развивается сельский туризм.

Прежде всего, это относится к Муромцевскому муниципальному району Омской области. Следует отметить активную и успешную деятельность энтузиастов – местных жителей, а также муниципального учреждения МКУ «Пять озёр», которое занимается развитием туризма. В Муромцевском муниципальном районе активно развивается туристский комплекс в деревне Окунёво, и там находится достаточно много средств размещения туристов. На территории деревни проходят различные событийные мероприятия, привлекающие туристов, такие как Фестиваль «Солнцестояние», Праздник мужества и силы «Перунов День», «Новоратри», Праздник «Иван чая». В основном, мероприятия проводятся в летний период, поэтому здесь ярко выражена сезонная загрузка средств размещения. В деревне Окунёво имеются следующие средства размещения туристов: Этнокультурный центр семейного отдыха «Ладное подворье», который способен разместить в летнее время до 60 человек, и предоставляет до 20 мест в палатах, в зимние времена – 20 человек; «Гостиный дом Окунево» (размещение до 50 человек летом, а в зимнее время до 22 человек); Гостиный дом «Садху» (летом до 40 человек, а в зимнее время – до 10 человек); Гостиный дом «Солиолис» (до 40 человек); Оздоровительный центр «Фамольгаут» (до 50 человек); «Астра-хостел» (до 10 человек); Гостиный дом «Ермачек» (до 20 человек). Также к услугам туристов около 10 частных домов, жители которых предоставляют комнаты для размещения.

Помимо этого, историко-культурный археологический парк «Урочище Тары» имеет кемпинговую зону 10 га в бору на берегу реки, где можно разместить примерно до 5000 тысяч человек в палатах. Во всех гостевых домах для проживающих предоставляется питание. Также имеется кафе в этнокультурном центре «Ладное подворье» на 50 посадочных мест. В Муромцевском муниципальном районе имеются средства размещения для сельского туризма и в других малых поселениях: гостиный дом «Ермак», гостиный дом «Серебряный берег»; база отдыха «Артын»; база отдыха «Серебряный берег»; база отдыха «Пять озер»; Гостиный комплекс «Биатлон»; база отдыха «Игоревские дали».

К одним из приоритетных муниципальных районов, которые могут успешно развивать агротуризм, а значит и гостиничную инфраструктуру, следует отнести близлежащий к городу Омску Омский муниципальный район. В курортных зонах Омского района в летнее время местными жителями сдаются комнаты для туристов. В настоящее время успешно развивается проект Русской деревни «Азъ град». Разместиться в «Азъ Граде» можно в своих палатах, летних домиках и гостиничных номерах. Особый интерес для развития агротуризма в районе вызывает территория села Покровка, поскольку имеет достаточно высокий туристско-рекреационный потенциал, а также энтузиастов, стремящихся к созданию и продвижению проекта развития туристского комплекса сибирского бытования. В других районах Омской

области также есть возможности для развития агротуризма и соответствующей туристской и гостиничной инфраструктуры.

В настоящее время количество средств размещения для туристов, предпочитающих сельский отдых, сложно подсчитать точно, а также довольно сложно найти о них информацию заинтересованному в таком виде отдыха туристу. Одной из основных проблем является недостаточное информационное обеспечение: отсутствует либо имеется очень скучная информация о сельских гостевых домах, поэтому туристам сложно найти их в Омской области даже при наличии туристского интереса. Сельские жители, которые предоставляют услуги проживания, зачастую не склонны распространять о себе информацию по причине того, что их услуги не оформлены юридически должным образом. В беседах с владельцами подобных гостевых домов было выявлено, что оформление в качестве индивидуальных предпринимателей, а тем более ООО, не входит в их планы, поскольку требуют существенных затрат на оформление документов и выплату налогов. Доходы от данной деятельности нельзя назвать существенными, тем более, что деятельность носит, в основном, ограниченный сезонный характер, и осуществляется, как правило, только в летний период.

В рамках выполнения данной работы нами были осуществлены поиск информации о сельских гостевых домах Омской области. Информационные ресурсы, которые удалось найти, были изучены и проанализированы. Рассмотрим основные ресурсы, содержащие информацию о сельских гостевых домах Омской области. В процессе исследований, выявлен интересный информационный ресурс, разработанный при участии сотрудников ОмГТУ: «Омская область на карте» ([адрес: http://www.omskmap.ru/](http://www.omskmap.ru/)). Данный ресурс наполняется информацией с 2008 года. Однако ресурс практически не продвигается в поисковых системах, при поиске по контекстным ключевым словам не выходит. Данный ресурс интересен тем, что любой посетитель может создавать метки на карте Омского региона, наполнить их различной информацией о прошлом, настоящем и будущем выбранного населенного пункта. Каждая точка на карте может содержать информацию по направлениям: краеведение, туризм, персоны, интернет-ресурсы, фотографии и видеосюжеты.

Нами был проведен также анализ информационного ресурса Министерства культуры Омской области ([адрес: http://omsk-turinfo.com/index.php/sredstava](http://omsk-turinfo.com/index.php/sredstava)). В частности, рассмотрены сведения о сельских гостевых домах. Информации о различных средствах размещения достаточно много. Имеется много хороших фотографий, кратких описаний, указаний адресов и телефонов для связи. Однако, как оказалось, отдельно гостевые дома не представлены на данном ресурсе.

С точки зрения хорошего потенциала для возможного применения в качестве информационного ресурса для сельских гостевых домов, следовало бы рассмотреть проект «Сибирский тракт» (<https://sibtract.ru/>). В настоящее время он активно продвигается энтузиастами и имеет хорошие перспективы. Основной целью межрегионального туристского проекта «Сибирский тракт» является создание на основе объединения туристских и инфраструктурных ресурсов муниципальных образований единой туристской территории под общим брендом, где будут представлены: рекреационный потенциал, историко-культурное наследие проживающих народов, система туристских сервисов.

Анализ бесед со специалистами по туризму и гостеприимству, а также владельцев средств размещения показал, что можно выявить ряд проблем, касающихся информационного обеспечения и продвижения сельских гостевых домов Омской области: недостаточное обеспечение информацией о гостевых домах потенциальных туристов; основными причинами которой являются:

- ограниченность в финансовых средствах для размещения информации на сайтах, создания собственных информационных ресурсов;
- боязнь «выйти из тени» тех владельцев гостевых домов, которые юридически не оформлены и не платят налогов;
- ярко выраженная сезонность предоставляемых услуг не способствует системным действиям по развитию бизнеса, в том числе по продвижению услуг гостевых домов;
- нечеткое представление о туристском бизнесе: о его возможностях, специфике сельского туризма, незнание сведений о необходимых документах, необходимости выявления целевых групп и пр.;
- недостаточная мотивация, боязнь сложностей, неверие в собственные силы местного сельского населения мешают активному развитию гостиничных услуг;
- отсутствие требований на уровне Министерства культуры Омской области в ведении отдельных статистических сведений о гостевых домах;
- недостаточное внимание к гостевым домам органов местной власти.

Таким образом, можно выявить проблему недостаточности информационного обеспечения и отсутствия активного продвижения услуг сельских гостевых домов.

V. Обсуждение результатов

Наиболее эффективные в настоящее время средства продвижения – это собственный сайт гостевого дома, а также реклама в СМИ, и в особенности, в сети Интернет; использование для продвижения социальных сетей. Конечно, большое значение для продвижения гостевого дома имеет изготовление печатной продукции (буклеты, листовки); посещение тематических мероприятий (выставки, тестовые туры);

событийных мероприятий (ярмарки, фестивали, спортивные соревнования и пр.); продвижение через партнеров (туристские фирмы, ООПТ, транспортные компании), в том числе с целью информирования партнеров и потенциальных гостей о сайте и странице в социальных сетях, поскольку после первоначального очного знакомства, можно в дальнейшем посещать информационные ресурсы предприятия в сети Интернет и узнать более подробные сведения о его деятельности. В настоящее время для успешного продвижения гостевых домов следует использовать инструменты диджитал-маркетинга. В случае недостаточного понимания особенностей продвижения ресурсов, владельцам гостевых домов можно привлекать к совместной работе соответствующих специалистов или рекламные агентства, которые позиционируются на специализации работы с цифровыми каналами коммуникаций, поскольку продвижение в сети Интернет сейчас – это профессиональная работа, требующая знаний и умений.

При продвижении услуг гостевых домов необходимо помнить о целевых группах и предоставлять им интересующую информацию. Рекомендуется учитывать ожидания туристов от отдыха в малых поселениях. Как правило, их интересует спокойная и размеренная жизнь; чистый воздух, тишина, натуральные продукты; комфортные условия проживания; домашняя атмосфера и пища, баня; близость к природе (сбор грибов, ягод, рыбалка); новые впечатления, знакомство с местными традициями, расширение кругозора и т.п. Следует предусмотреть организацию досуга и развлечений для детей и для взрослых. Однако необходимо помнить, что следует не просто написать красиво о своем гостевом доме, но и действительно организовать отдых соответствующим образом, чтобы не разочаровать гостя. Главная задача владельца гостевого дома – обеспечить высокий уровень информационного обеспечения и услуг. А если владелец сумел еще превысить ожидания гостя, то гость будет возвращаться снова и снова. Следует всегда помнить, что главное в обслуживании туриста – гостеприимство, гостем ценится искреннее желание хозяина организовать отдых туристов в своем доме. Конечно, одного лишь богатства природных ресурсов и улыбающегося персонала гостевого дома недостаточно. Хозяева должны приложить немало усилий, осваивая культуру быта, поддерживая чистоту в доме и на прилегающей территории, создавая комфортные условия для проживания за приемлемую цену. Для организации полноценного досуга необходимы дополнительные услуги: баня, походы за грибами и ягодами, рыбалка, охота, верховая езда, уход за животными, национальная кухня и т.д. Если гость хочет ознакомиться с особенностями каких-либо услуг, таких как рыбалка, верховая езда и прочими специфическими услугами, ему необходимо предоставить такую информацию на сайте или на странице гостевого дома в социальной сети.

Продвижение услуг гостевых домов на рынке предусматривает поиск определенной потребительской ниши.

Немаловажное значение для привлечения и удержания клиентов в гостевом доме имеют многочисленные имиджевые факторы. Следует обязательно создавать информационные ресурсы в сети Интернет, а также ориентироваться на рекомендации по продвижению услуг гостиничных домов с учетом представленности на различных системах поиска и бронирования туруслуг. Необходимо представление информации о гостевых домах на сайтах, заинтересованных в продвижении услуг гостевых домов, например, на интернет-порталах, посвященных сельскому туризму [3].

VII. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Эффективное продвижение услуг гостевого дома заключается в том, чтобы потенциальный клиент сделал выбор в пользу именно этого, а не иного средства размещения, затратив на это минимум времени и энергии. Поэтому большое внимание следует уделять контенту и функциональным возможностям информационных ресурсов гостевых домов, инструментам и каналам продвижения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 56641-2015. Услуги малых средств размещения. Сельские гостевые дома. Общие требования . Введ. 2016-07-01. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
2. Концепции развития туристского сектора Омской области до 2025 года . URL: <http://docs.cntd.ru/document/432998237>.
3. Лукина О. В., Силаенков А. Н., Сливкова Ю. В. Информационное обеспечение и продвижение услуг сельских гостевых домов (на примере Омской области) // Вестник Национальной академии туризма. 2018. № 1. С. 67–69.

Секция 4.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ В ИНДУСТРИИ МОДЫ И КРАСОТЫ

УДК 687.016.5

ЗАДАЧИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ШВЕЙНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. А. Заец, О.В. Ревякина

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Актуальность темы исследования обусловлена заинтересованностью производителей одежды в снижении трудоемкости конструкторско-технологической подготовки производства за счет внедрения систем автоматизации проектирования, а также большим разнообразием программных продуктов на рынке, как специализированных швейных САПР, так и универсального программного обеспечения, что, несомненно, затрудняет выбор. Целью работы является совершенствование основных этапов производственного цикла швейного предприятия, специализирующегося на выпуске женской одежды класса люкс с помощью САПР. В статье рассмотрен технологический процесс (ТП) изготовления новой модели одежды. Проанализированы потенциальные возможности усовершенствования имеющего ТП за счет внесения в него определенных дополнений и регламентирования действий участников процесса. Данное исследование имеет практическую значимость для швейных предприятий занимающихся серийным выпуском продукции. В статье содержатся лишь промежуточные итоги и выводы, которые в дальнейшем планируется дополнить результатами экспериментальной апробации на швейном предприятии.

Ключевые слова – технологическая подготовка производства, технологический процесс, экспериментальный образец, автоматизация, серийное производство.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современные предприятия швейной отрасли активно используют программное обеспечение для автоматизации экономической, организационной, конструкторской и технологической деятельности. Это могут быть прикладные САПР или универсальные программные продукты. Использование средств автоматизации обеспечивает функции хранения данных, эффективного взаимодействия субъектов процесса, оптимизации подготовительного производства и конструкторско-технологической подготовки к запуску новой коллекции. В условиях рыночной экономики предприятия придерживаются стратегии оптимального использования ресурсов с целью обеспечения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции. Специалисты предприятий уделяют особое внимание подбору пакета программного обеспечения для решения задач конкретного предприятия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей исследования является анализ и совершенствование технологической подготовки производства швейного предприятия города Омска, специализирующегося на изготовлении женской одежды класса люкс, на примере одной модели (туники) с целью автоматизации основных этапов производственного цикла от изготовления образца до запуска в серию.

III. ТЕОРИЯ

На рынке России представлены различные программные продукты, предназначенные для автоматизации деятельности предприятий (САПР), в том числе и швейных. Большинство представляют собой технологическую платформу с объектами данных и механизмами управления объектами, способными комплексно автоматизировать процесс производства изделий легкой промышленности. Для адаптации к деятельности каждого предприятия выстраивается определенная конфигурация, т.е. устанавливаются связи между совокупностью объектов и процессов. Для решения задач данного типа применяются отечественные и зарубежные САПР (Грация, Ассоль, Julivi), в том числе широко используется программный продукт 1С:Предприятие, компании 1С на этапе технологической подготовки производства [4,5].

Как правило, модуль «Технолог», входящий в состав САПР, обеспечивает кроме конструкторской подготовки автоматизацию процесса формирования технологической последовательности и разработку схем разделения труда [2,3].

На рассматриваемом предприятии существует определенный порядок разработки новых моделей и запуска их в серийное производство, при этом различными подразделениями используется САПР Грация и 1С:Предприятие. Данный процесс можно разделить на два основных этапа: подготовка экспериментального образца и разработка окончательного образца модели с учетом технологических особенностей, предусмотренных серийным способом производства. Как правило, второй этап базируется на результатах, полученных в процессе изготовления экспериментальной (выставочной) модели, с учетом всех особенностей производства.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В качестве объекта исследования выбран технологический процесс (ТП) изготовления модели женской туники. На первом этапе подготовки образца модели происходит взаимодействие участников конструкторско-технологического процесса: дизайнера, конструктора, технолога и лаборанта, выполняющего обязанности швеи-универсала.

Основой для разработки технологического процесса новой модели на первом этапе являются технический эскиз и описание модели, подготовленные дизайнером, конфекционная карта, данные о свойствах используемых материалов, полученные технологом экспериментальным путем, таблица технологических припусков, конструкция и лекала модели, выполненные конструктором в САПР Грация.

После вышеперечисленных действий закройщик производит раскрой материала и передает крой лаборанту, который, в свою очередь, под руководством конструктора и технолога выполняет пошив экспериментального образца новой модели.

Для объекта исследования разработан технологический процесс, включающий неделимые операции, с использованием программного обеспечения 1С:Предприятие, оформленный в табличном виде. Технологический процесс содержит информацию о наименовании неделимых операций, специальности, разряде, времени выполнения и расценке операции, виде оборудования, и дополнительном описании операции при необходимости (таблица 1).

ТАБЛИЦА 1
ФРАГМЕНТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА ИЗГОТОВЛЕНИЯ ТУНИКИ

№ в схеме	Наименование	Специальность	Разряд	Время, сек	Оборудование	Режим (описание)
	Обработка переда	Загрузка по специальности = 6,82 мин			Загрузка оборудования = 5,3 мин	
1	0943 Нарезать составник	Руч	3	6		
2	0073 Нарезать размерники и заклеить края	Руч	3	30		
3	0074 Настроить размерник на фирменный знак	M	3	30	Сируба	
	Сборка	Загрузка по специальности = 27,5 мин			Загрузка оборудования = 19,1 мин	
32	0388 Очистить изделие от производственного мусора	Руч	4	108		
33	0389 Окончательная ВТО готового изделия	У	5	180	Утюг	
		Загрузка по специальности = 41,92 мин			Загрузка оборудования = 30,4 мин	
		Руч = 10,4 мин			Сируба = 12,7 мин	
		M = 13,6 мин			Закрутка = 10,1 мин	
		C-M = 11,1 мин			Утюг = 5,7 мин	
		Osn = 1,12 мин			Типикал = 0,9 мин	
		У = 5,7 мин			4-н оверлок = 1 мин	

При работе с ТП технолог выбирает из перечня номенклатуры необходимую неделимую операцию, ее специальность, разряд, время, оборудование и заносит дополнительную информацию об операции. Для каждой неделимой операции технологу необходимо выбрать блок обработки детали, к которой она относится. Результатом работы является ТП, который содержит информацию о последовательной обработке и сборке всех деталей кроя, загрузке каждой специальности и каждого вида оборудования в целом по процессу и отдельно по каждому блоку. В готовой таблице ТП отражаются основные моменты

технологической обработки, но отсутствует возможность введение данных об основных свойствах ткани, к примеру, изменения линейных размеров после различных воздействий, которые необходимы для работы конструктора и технologа. Кроме того, в данном ТП невозможно организовать взаимодействие работников экспериментального и швейного подразделений, внести изменения в завершенный процесс.

V. Обсуждение результатов

В данном исследовании рассматривается возможность совершенствования технологической подготовки швейного производства как за счет расширения имеющейся базы данных в программе 1С: Предприятие, так и за счет ее взаимодействия с САПР Грация, используемой в работе экспериментального цеха.

Решение данной задачи планируется либо за счет подготовки двух технологических процессов (изготовление образца и запуск в серию), либо за счет корректного дополнения стартового процесса с возможностью сохранения промежуточного и окончательного результата (в 1С: Предприятие и САПР Грация). Для этого в существующей информационной системе необходимо регламентировать участие специалистов и предусмотреть возможность:

- ввода данных о свойствах материала, не только конструктором, но и технologом;
- внесения технologом изменений в исходный ТП на этапе разработке окончательного образца модели с учетом технологических особенностей, предусмотренных особенностями серийного производства;
- учета информации об исполнителях и расценках неделимых операций.

VI. Выводы и заключение

Как показывает анализ публикаций и опыт работы швейных предприятий, тема исследования актуальна для производств, занимающихся серийным выпуском одежды. Выбор метода решения поставленной задачи планируется осуществить после экспериментальной апробации разрабатываемых ТП в САПР Грация и 1С:Предприятие, с учетом возможности их максимального взаимодействия, чтобы наиболее полно использовать существующую на предприятии информационную систему, сохранить имеющиеся разработки и обеспечить их преемственность.

Если предусмотреть возможность внесения в существующий ТП информации об исполнителях и расценках неделимых операций, то это позволит автоматизировано вести расчет сдельной заработной платы работникам швейного подразделения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ревякина О. В., Рашева О. А. Актуальные вопросы автоматизации и тенденции развития конструкторской подготовки швейного производства. Омск: Омский гос. ин-т сервиса, 2010. 154 с.
2. САПР «Грация»: Программа для швейного производства . URL: <http://www.sap grazia.com/> (дата обращения: 26.09.2018).
3. САПР «Ассоль» – технология вашего успеха . URL: <http://assol.org/> (дата обращения: 26.09.2018).
4. Общая характеристика системы 1С:Предприятие . URL: <https://pandia.ru/text/78/043/77616.php> (дата обращения: 26.09.2018 г.).
5. Система «1С:Предприятие 8» . URL: <http://v8.1c.ru/overview/> (дата обращения: 26.09.2018).

УДК 687.016.5

МОДЕЛИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ГОЛОВНЫХ УБОРОВ

Е. В. Штеле, О.В. Ревякина

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Целью исследования является изучение видов и форм головных уборов для создания новых модельных конструкций различными методами проектирования. Особое внимание в работе уделяется изучению как традиционных методов конструирования, так и муляжных, при использовании которых наиболее точно воспроизводится внешний вид изделия и обеспечивается создание единого образа в ансамбле с одеждой. Развитие ассортиментной группы головных уборов для предприятия, изготавливающего одежду, будет способствовать поиску новых нетрадиционных форм изделий и рациональному использованию материалов. Перспективным направлением в производстве головных уборов является поиск сочетаний и способов соединения материалов с различной фактурой для получения поверхности изделия с новыми свойствами.

Ключевые слова – головные уборы, виды, формообразование, новые конструкции, поверхность, ресурсосбережение.

I. ВВЕДЕНИЕ

Головные уборы – важная часть гардероба, узнаваемая и элегантная. В России тренд на утепление головы – не только актуальная тенденция, но и абсолютная необходимость.

Основная задача в дизайне головных уборов – создать модель, соответствующую создаваемому образу и типу внешности, поскольку данный аксессуар способен подчеркнуть или скрыть недостатки внешности.

От конструктора зависит точность воссоздания формы головных уборов в соответствии с эскизом модели и замыслом автора.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Существуют различные способы получения объемной формы и лекал, как результата развертки трехмерной формы на плоскость. Важно подобрать оптимальные методы, соответствующие поставленной задаче, свойствам материалов, тенденциям моды и запросам потребителей.

Проектирование головных уборов выполняют как при помощи инженерных (Чебышева, сетки-канвы, триангуляции), так и приближенных методов (ЦНИИШП, ЦОТШЛ, Мюллер и сын и др.). В связи со сложностью инженерные методы практически не применяются на швейных предприятиях, где востребована группа приближенных методов в соответствии с принятым способом конструирования.

На этапе поиска новых форм и конструкций актуален муляжный метод, позволяющий получить проектируемое изделие из макетной ткани, а затем по уточненным лекалам изготовить его из основного материала. При данном способе наиболее полно учитываются антропометрические особенности человека и формообразующие свойства материалов; без дополнительных расчетов выполняется макетирование сложных объемных форм.

III. ТЕОРИЯ

Головные уборы классифицируются по функциональному назначению, группам материалов, сезону эксплуатации и конструктивно-технологическим признакам.

По функциональному назначению головные уборы делятся на повседневные, нарядные, спортивные и производственные. В зависимости от вида материала головные уборы разделяют на фетровые, текстильные, кожаные, меховые, комбинированные, из соломки, тесьмы, цветов или перьев [1].

Классификация по конструктивным признакам отражает связь формы изделия и его конструкции, технологические показатели характеризуют пошивочные свойства материалов. Исходя из этих признаков головные уборы разделяют на две группы. К первой относятся формованные изделия (чаще всего фетровые и меховые), ко второй – головные уборы, форма которых получена конструктивными методами, т.е. с помощью деталей края различной формы и размера. К данной группе относятся береты, кепки и картузы, бейсболки, панамы, шляпы, пилотки и др. [3].

Изменение моды отражается на конструкции головных уборов, которая может формироваться из различных типовых и фантазийных деталей, количество и размер которых, в свою очередь, определяют объемную форму. Линии швов, как способы соединения деталей и узлов, – неотъемлемые приемы формообразования.

Среди всего многообразия женских головных уборов можно выделить наиболее популярные виды, остающиеся в моде многие годы.

Шапочки – трикотажные изделия простой формы, могут быть с одним средним швом и с вытачками (одна, две и более);

Береты – изделия разного объема, мягкой или жесткой формы, создаваемой различными деталями, в т.ч. могут иметь козырек и ушки;

Кепи, картузы, бейсболки – головные уборы, имеющие козырек и представленные большим разнообразием конструкций: реглан, цельновыкроенный, шести- и восьмиклиновые и пр.

Капор – головной убор, достаточно плотно облегающий голову, застегивается под подбородком, может иметь отворот у лица;

Чалма – создается из единого отреза ткани (полотна), который укладывают (обматывают) вокруг головы специальным образом;

Шляпа – формованный или кроеный головной убор, имеющий тулью (головку), донышко и поля разного размера. Форма головки может быть плоской, округлой или конической. Популярными моделями шляп являются: федора, трилби, канотье и ток [2].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Выполненный анализ позволил выявить, что наиболее популярные виды и формы головных уборов в соответствии с модными тенденциями 2019 г. отличаются средним объемом, четкой формой и умеренным количеством членений.

Отличительная особенность формообразования современных беретов, картузов, кепи и различных шляп – небольшое количество деталей и комбинирование тканей.

Создание модных образцов головных уборов требует использования материалов с различным волокнистым составом и свойствами. Для кроенных изделий четкой формы рекомендуется применять ткани с плотной структурой, а для мягких форм (беретов, шлемов) – более рыхлые, пластичные, с высокими значениями показателя драпируемости.

Сочетание различных материалов при создании поверхности головных уборов позволяют получать модели с новой фактурой и свойствами. Например, применение техники «пэчворк» (лоскутное шитье), когда собирают готовое изделие из большого количества фрагментов (рисунок 1), обеспечивают создание полотна с новыми цветовыми сочетаниями, свойствами и фактурой. Швы стачивания в лоскутном полотне могут быть с закрытыми и открытыми срезами в зависимости от свойств материалов.



Рис.1 – Полотно, выполненное в технике «пэчворк»

Использование лоскутной техники в производстве головных уборов является перспективным направлением для швейных предприятий, т.к. для формирования полотен могут использоваться межлекальные отходы (выпады раскройного производства), кроме того, возможно комбинирование материалов с различной фактурой для создания нестандартных поверхностей. Такой подход обеспечивает сокращение расхода материалов на единицу изделия и решает задачу рационального использования сырья.

Выбор способа получения объемной формы изделия определяется моделью, свойствами материалов или поверхности полотна. Кроеные головные уборы, как правило, создаются приближенными или макетным методами конструирования. Примером использования приближенного метода (расчетно-графического) в проектировании головных уборов является берет, муляжного – чалма. При использовании приближенных методов конструирования исходными данными для построения чертежа являются типовые измерения и конструктивные прибавки, которые зависят от направления моды, формы изделия и свойств материалов. Примером конструкции, полученной в результате приближенных расчетов и графических построений, является берет, в комплект лекал которого входят три детали (рисунок 2).

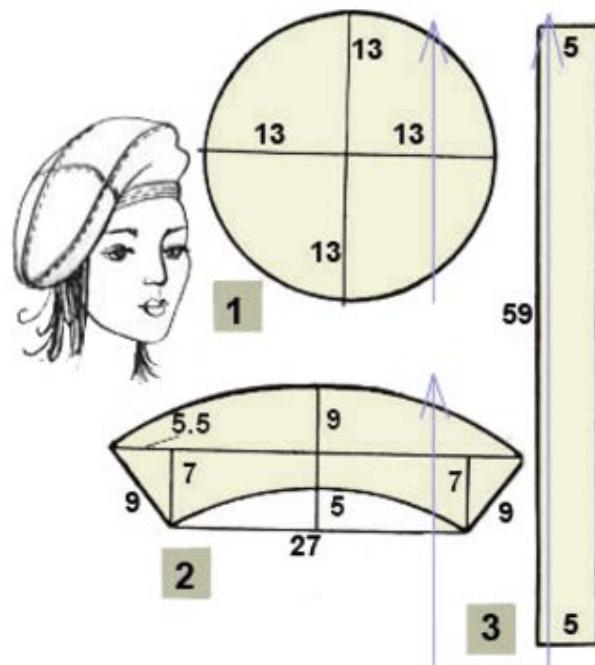


Рис. 2 – Построение берета, расчетно-графическим методом конструирования

В связи с неточностью расчетных формул, используемых в приближенных методах проектирования, изделие требует подгонки, т.е. его параметры уточняются в процессе примерке на фигуре человека или манекене. Создание головного убора чалма осуществляется муляжным методом, его форма получается путем макетирования, при этом отрабатывается последовательность работы с материалом для достижения нужного объема, заданного эскизом (рисунок 3). Данные методы, как правило, требуют большого расхода материалов, потому наиболее остро стоит вопрос их экономии за счет использования нетрадиционных подходов к созданию полотен (поверхности).



Рис. 3 – Макетирование головного убора чалма на манекене

V. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Тема исследования актуальна, т.к. разнообразные по виду и форме головные уборы вызывают особый интерес на рынке, что определяется не только потребительским спросом, но и заинтересованностью производителей в выпуске быстро изменяющегося ассортимента продукции, позволяющей оптимизировать расходы основных дорогостоящих материалов, чаще всего, натуральных.

Заинтересованность потребителей формируется изменением модных тенденций, что, в свою очередь стимулирует производителей к поиску новых конструктивных решений и нетрадиционных сочетаний материалов, в т.ч. тканей и пряжи. Следовательно, развитие новых подходов к проектированию головных уборов соответствует тенденциям рынка и способствует решению проблемы рационального использования ресурсов в производстве изделий легкой промышленности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гагарина С. В., Бокова С. В. Проектирование швейных головных уборов: учеб. пособие. Ростов-н/Д.: Феникс, 2003. 384 с.
2. Лопандина С. К., Луцкова Л. В., Афанасьева Е. Д. Исследование ассортимента современных головных уборов и новые методы их проектирования // Швейная промышленность. 2007. № 5. С. 40–43.
3. Рытвинская Л. Б., Смородина И. Г., Меркулова Л. А. Проектирование и производство головных уборов. М.: Легпромбытиздан, 1987. 288 с.

УДК 687.01

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОДЕЖДЫ С УЧЁТОМ НЕФОРМАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ МОДЫ

И. В. Виниченко, Ш-Н-Ц. Ликсутова-Бумажникова
Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Теория распространения моды «снизу вверх» («trickle-up»), утверждает, что мода проделывает свой путь от улиц к подиуму, а не наоборот. Субкультуры способны представлять альтернативную моду в обществе. Современное общество вырабатывает новую систему потребительских предпочтений, в основе которых лежат особенности образа жизни и идеологии постиндустриального общества. В статье рассматриваются основные этапы развития теории субкультур и её терминологический аппарат. Охарактеризовано влияние неформальной моды на дизайнерское решение современных модных коллекций. Охарактеризована стратегия включения инновационных идей уличной моды в модный бизнес.

Ключевые слова – теория субкультур, неформальная мода, потребительские предпочтения, индустрия моды.

I. ВВЕДЕНИЕ

В жизни современного общества мода занимает важное место. Различные социальные и возрастные группы выстраивают собственные взаимоотношения с миром моды, от безропотного подчинения до противостояния. Но в том и другом случае, созданные «модные» образы влияются в общий культурный фон той или иной страны. Молодое население, являясь самой его активной частью, стремится выразить собственное отношение ко всем значимым событиям в культурной жизни общества. Нередко она имеет собственный взгляд на моду и стремится его продемонстрировать. Их желание творить и создавать новое выливаются в собственный стиль жизни, а одежда становится отличительным знаком группы людей, разделяющих единые взгляды. Наиболее ярко это проявляется в крупных индустриальных и культурных центрах, где наблюдается сосредоточение наиболее активной части населения. В эпоху постмодернизма наблюдается всплеск интереса к индивидуализации стиля. Понятие быть модным часто соперничает с понятием быть непохожим на других. Неформальная мода рождает бесконечное число импровизаций, которые служат для официальной моды источником идей.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Неформальная мода обогащает официальную, вносит в неё свежесть, новизну, дерзость. Это те качества, которые так свойственны молодому поколению. Отсюда вытекает цель нашего исследования – охарактеризовать особенности проектирования современной одежды с учётом теории «trickle-up» (теории субкультур). В поле нашего исследования включена мода субкультур как особое направление моды середины XX – начало XXI вв. Источниковедческой базой исследования могут служить разнообразные визуальные и письменные источники, которые дают представление о визуальном образе молодёжи. В данной статье мы определим основные положения теории «субкультур», выявим функции феномена «moda субкультур» и рассмотрим механизмы её распространения в современном обществе.

В качестве основного будет использован культурологический подход к изучению теоретических и визуальных источников. Основной целью исследования является выявление возможностей неформальной моды служить творческим источником для разработки современной моды и одной из составляющих бизнес-идей для создания новой марки.

III. ТЕОРИЯ

Мода, зародившаяся в глубине веков, всегда волновала человечество. На протяжение всех лет её существования всегда вставал вопрос как она появляется и как распространяется. Попытки первых теоретических исследований моды предпринимаются в XVIII веке. Существовали различные подходы её исследования: эстетический, культурно-исторический, социологический, экономический. Но не один из них не дал полного толкования этого явления, только комплексный анализ может учесть множественность значений и толкований её проявлений. Обладая сложной природой, мода как культурный феномен имеет глубокие национальные корни и, соприкасаясь с традициями своего народа, постоянно развивается и преобразуется.

Существует целый ряд теорий распространения моды. Они, как правило, опираются в своём анализе на то, или иное общество в своём развитие и по-разному оценивают в зависимости от этапа развития общества и производительных сил следующие вопросы:

- каков мотив возникновения моды;
- в чём заключается природа массовой моды;
- кто создаёт моду, кто лидер и кто последователь;
- в чём заключается роль индустрии моды.

На протяжении истории меняются её создатели: от элитарных слоёв к неформальным лидерам молодёжных субкультур. На определённой стадии к этому процессу подключаются профессионалы из индустрии моды, которые перерабатывают их идеи и представляют публике в виде модных образцов.

Если движение моды сверху вниз характерно для классового общества, движение по горизонтали через однородные социальные группы – в индустриальном обществе с её массовой модой, то для современного общества всё большее распространение получает теория движения моды снизу вверх, где мода выступает как отражение «духа улиц». Как зародилась данная трактовка распространения моды? Анализируя влияние субкультур на моду 1960–70-х годов Джордж Филд приходит к выводу, что субкультуры способны создавать и представлять обществу новую моду, которая первоначально выполняет функцию группового идентификатора, но затем усваивается другими сегментами общества. Свои выводы он опубликовал в работе «Феномен изменчивого статуса – направленная вверх диффузия инноваций» [1]. Он заметил, что лидерами в области моды могут быть не только известные личности и профессиональные дизайнеры, но и неформальные группы, которые не отличаются высоким социальным статусом. При этом эти группы должны соответствовать следующим критериям:

- являться заметным сегментом общества;
- обладать способностью к изобретению нового стиля;
- не взаимодействовать с модной индустрией [1, с. 45–52].

Теория «trickle-up» была дополнена трудами антрополога Т. Полхемуса, в которых он рассуждает о появившейся возможности альтернативного выбора. Он вводит понятие «streetstyle themepark – тематического парка стилей уличной культуры» и утверждает, что сегодня можно выглядеть «не как все» – то есть, смешивать и сочетать вещи разных стилей, а не следовать единой моде [2, с. 88].

В современной отечественной науке под субкультурой понимается «особая сфера культуры, суверенное целостное образование внутри господствующей культуры, отличающееся собственным ценностным строем, обычаями, нормами» [3, с. 38]. Считается, что «молодежная субкультура – это культура, созданная молодыми людьми для самих себя, это культура «не для всех», культурная подсистема внутри официальной системы. Она определяет стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет её носителей» [3, с. 381].

В рамках теории перехода к постмодернизму появилось новые направления постсубкультурных теорий, в которых группы молодёжи были определены как фрагментированные и жидкие тождества, для которых характерна гибкость, быстротечность, аполитичность и «празднование» недостоверности каких либо оснований [4, с. 60]. В терминологическое поле вводятся новые понятия их стиля, например, термин taste cultures, то есть культуры, основанной на вкусовых предпочтениях [5]. Распространённым становится концепт «жизненные стили» (life styles), под которым понимаются «... особенности идеологии, социальной психологии, потребительского поведения, языка и символики, в целом образа жизни, – характерные для различных социальных групп» [6]. В таких группах рождаются всё новые и новые моды, помогающие индивидууму как выделиться, так и слиться с себе подобными.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Положение теории субкультур, функции неформальной моды и механизм её распространения свидетельствуют о том, что это один из основных источников новых творческих идей для современной моды. Развиваясь на низовом уровне, уличная мода формирует новые инновационные идеи формообразования, декорирования, манеры ношения привычных вещей, создаёт новый ассортимент одежды и аксессуаров и т. п. Особенности общества постмодернизма заключаются в том, что буквально ниоткуда появляются новые лидеры со своими идеями, которые в одночасье подхватывают представители различных социальных групп общества. Модная индустрия со штатом профессионалов «вынуждена» быть в курсе новых вкусовых предпочтений общества чтобы не просто сохранить свой бизнес, но и стать проводником этих новых идей.

Стратегии по включению идей неформальной моды могут содержать следующие элементы:

1. введение инновационных идей уличной моды в уже разрабатываемую продукцию;
2. введение новой ассортиментной группы модных товаров, идеи которых будут заимствованы из уличной моды и способствуют удовлетворению импульсивного спроса на остромодный продукт;
3. использование новых материалов и приёмов декорирование, характерных для популярных течений неформальной моды и т. д.

V. Выводы и заключение

Начиная со второй половины XX века, неформальная мода бурно развивает и оказывает влияние на потребителей и производителей моды. За счёт развития средств массовой информации и распространения массовой культуры она получила возможность широкого распространения в обществе. Уличная мода молодёжных группировок позволяет им не следовать традиционным правилам и даёт возможность проявить свою индивидуальность. Проявляя творчество и вводя инновационные решения в свой гардероб, они порождают неповторимый стиль.

Современный механизм моды зачастую заключается в том, что новые идеи рождаются не в кругу дизайнеров и профессионалов модной индустрии, а в среде простых обывателей – среди непрофессионалов моды. Но собранные и виртуозно обработанные профессионалами, в творчески завершённом варианте они блестят на подиуме и получают новую жизнь и новых почитателей, которые находятся за пределами той социальной группы, в которой получили своё рождение. Таким образом «moda с улицы» получила не только свободу, но и возможность и право диктовать моду на современном этапе развития общества.

Индустрия моды в своей деятельности чутко следит за вкусами и предпочтениями потребителей и стремится своевременно предложить ей модный продукт в соответствии с, получившими распространение модными стандартами. Анализ и творческое перевоплощение неформальной моды – одна из возможностей развития в модном бизнесе. Подсмотренная «уличная мода» может лечь в основу бизнес-идеи современной марки по производству товаров модного ассортимента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Field G. The Status Float Fenomenon. The Upward Diffusion of Innovation // Business Horizons. 1970. № 13. P. 45–52.
2. Polhemus T. Street Style: from Sidewalk to Catwalk. New York, 1994. 2016 p.
3. Левикова С. И. Молодежная субкультура. М.: Гранд-Фаир, 2004. 608 с.
4. Nolteernsting E. Jugend Freizeit Geschlecht. Der Ein uß gesellschaftlicher Modernisierung. Opladen, 1998. 264 p.
5. Muggleton D. Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style. Oxford; New York, 2000. 198 p.
6. Щепанская Т. Б. Традиции городских субкультур . URL: <http://poehaly.narod.ru/subcult-f.htm> (дата обращения: 31.10.2018).

УДК 687.01

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ПРОИЗВОДСТВО МОДНОГО ПРОДУКТА

И. В. Виниченко

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Мода в современном обществе находится под влиянием экономических, психологических и социальных факторов. Ускорение сменяемости модных циклов требует постоянной перенастройки производства и разработки новых бизнес-стратегий. Внедрение инноваций в производство модного продукта один из способов получения уникального товара с учётом новых требований потребителя. В статье рассматривается баланс инновационных и коммерческих задач предприятий модной индустрии. Охарактеризована креативная стратегия на пути трансформации марки в бренд. Обоснованы критерии включения в проектную деятельность предприятия инновационного модного продукта.

Ключевые слова – инновации, модный продукт, модный цикл, индустрия моды, бренд.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современная мода – это, прежде всего, бизнес. Производство модных товаров играло заметную роль в экономике многих европейских стран в течение ряда предыдущих столетий, продолжает влиять и на экономику современных государств. Индустрия моды остаётся постоянным источником роста всей мировой экономики, а также вносит весомый вклад в развитие многих национальных экономик. Например, для законодательницы моды Франции отрасль люксовых товаров – четвертый по объёму источник доходов, не менее значима она для Италии, Испании, США и для развивающихся рынков Китая и Индии. Розничная торговля модной одеждой и аксессуарами является также одной из самых быстрорастущих отраслей буквально во всех частях света. Стремительно развивается стратегический аспект бизнес-менеджмента в этой сфере, всё более насущной становится необходимость поиска равновесия между миром бизнеса и творчества.

В результате исторических и социологических исследований моды можно сделать вывод, что ей присущи такие закономерности развития, как инновации и цикличность. Ж. Бодрийяр отмечает, что мода существует в свойственной ей модели «разрыва, прогресса, инновации» [1, с. 173]. Модная инновация является не только процессом внедрения и утверждения нового модного стандарта, но и процессом смены модных циклов. А. Гофман приходит к выводу, что модный цикл – не что иное, как ряд завершившихся инноваций [2, с. 44].

Таким образом, моду можно рассматривать как циклическое изменение интересов, установок и ценностных ориентации определённых социальных слоёв и групп, происходящее под влиянием изменения социальных, физических и психологических условий жизни. Роль моды в рыночной экономике, проявляющаяся через спрос массового потребителя, содействует искусственно ускорению циклов потребления [3, с. 74], быстрому устареванию продуктов дизайна и поиску новых инноваций.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Современная стратегия развития практически всех сфер жизни общества предполагает использование инноваций. Отсюда возникает необходимость осмыслиения механизма функционирования и распространения инновационной деятельности. Термин «инновации» превратился в модное слово, которым заполнено информационное пространство [4, с. 7], но он не проясняет вопрос восприятия потребителем тех или иных модных инноваций.

Мода во многом связана с образом жизни общества в целом и отдельной личности, которая характеризуется собственными потребностями, стереотипом поведения и ценностными установками [5, с. 162]. Взаимодействие между производителями и потребителями позволяет модной индустрии осуществлять удовлетворение потребительского спроса. Результатом этого взаимодействия является модная инновация, суть которой заключается в постоянном обновлении модных стандартов и объектов моды. Реакция потребителей на модные инновации может иметь разнообразные психологические окраски. Различия в восприятии оказывает влияние на непрерывное обновление модных стандартов в обществе и регламентирует взаимозависимость между категориями участников модного процесса [6, с. 98].

Одна из актуальных проблем производителей модной продукции найти баланс инновационных и коммерческих задач. Другими словами, целесообразно разработать стратегии, которые свяжут инновации и потребителя и способствуют получению прибыли.

III. ТЕОРИЯ

Любой бизнес должен постоянно развиваться. Современный рынок модных товаров, сопровождаемый средствами массовой информации, подчинён ускоренному распространению моды, что приводит к сокращению продолжительности модных циклов. За последние годы у большинства игроков модного бизнеса время производственного цикла неуклонно снижается. Улучшение данного показателя становится важным не только для компаний сегмента быстрой моды, но и для игроков более престижного сегмента моды. Ведь сокращение сроков производства может способствовать снижению издержек на единицу продукции, что важно при ускорении модных циклов и потребности ускорения темпов внедрения новых модных инноваций.

Циклический процесс непрерывного совершенствования можно описать через следующие действия:

- определение основные направления развития;
- формирование измеряемых ключевых показателей эффективности;
- анализ текущей ситуации с целью поиска возможностей для улучшения;
- работа по достижению целевых показателей;
- оценка результатов [7, с. 54].

Введение инноваций и креативных идей при производстве модной продукции не может исключать отдельные действия из производственного цикла. Регулярное измерение ключевых показателей помогает предприятию соответствовать современному мировому уровню эффективности. Отсюда возможности современного производства, которые позволяют немедленно предложить потребителям модные образцы.

История индустрии моды в XX веке свидетельствует о том, что потребители как участники модного процесса характеризуются разнообразными предпочтениями и системой потребностей [8, с. 182]. Поведение потребителей, коммерция и область торговли зависят от социологических и демографических факторов. На современных потребителей оказывают влияние и новые технологии, так как потребитель стал намного более осведомлённым благодаря огромному количеству информационных каналов. Сегментация потребителей по возрасту, социальному положению и стране проживания, принятая раньше, становится всё менее целесообразной. Например, при продвижении женских коллекций, создании имиджа потребителя-женщины предпочтительно обращаться к её чувственной стороне. Она хочет быть привлекательной и элегантной, немного открытой, но не откровенной. Современные мужчины стали более эстетичными и внимательными к деталям, они стремятся быть привлекательными и готовы уделять своему внешнему виду огромное внимание.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

При формировании стратегии завоевания своего потребителя, прежде всего, необходимо сформулировать ценности бренда. Понятие «бренд» на сегодняшний день охватывает целый комплекс маркетинговых стратегий, которые оказывают воздействие на сознание потребителя, вызывают эмоциональную и психологическую привязанность к продукту. Бренд понимается как символ доверия, опознаваемая совокупность предложений компании.

Производителю для создания бренда важно не только изучить своего потребителя, но и сформировать совокупность убеждений о продвигаемой марке и довести её до потребителя. Марка должна обладать определёнными характеристиками, которые следует постоянно акцентировать при продвижении. Это является средством убеждения потребителя, завоевания его внимания и доверия.

Рассматривая современный российский модный бизнес, можно обратиться к профессиональному анализу Эдит Келлер, генерального директора французского тренд-бюро «Carlin International Groupe». Она выявила следующие проблемы российских марок:

- Отсутствие идентичности: собственное лицо отличающее марку от конкурентов, как правило, неопределенное.
- Качество материалов.
- Отсутствие грамотной сегментации продукции.
- Слишком широкий модельный ряд. Детальная разработка меньшего количества моделей способствует росту коммерческой эффективности [9, с. 63].

Для успешного продвижения марки и превращения её в бренд необходима разработка креативной стратегии деятельности компании. Такая стратегия может включать следующие элементы:

1. введение инноваций в продукцию, новшества должны логически вытекать из маркетинговых целей, позиционирования и имиджа марки;
2. включение в коллекции продукции импульсивного спроса, которая может доставить удовольствие потребителю и ту, которая ему необходима в этом сезоне;
3. введение в коллекцию новых изделий (не более 30%), при акценте на определённых изделиях;
4. работа на основе перспективного видения;

5. разделение областей ответственности и выявление роли каждого участника коллектива;
6. использование интерактивности при продвижении коллекции, позволяющей заинтересовать потребителя.

Производитель может выбрать все или несколько элементов стратегии для своей марки. Область применения инновационной деятельности может охватывать различные стадии жизненного цикла товара.

V. Обсуждение результатов

В течение долгого времени модный бизнес управлялся с применением традиционных методов проб и ошибок, когда решения принимались чисто интуитивно. Разработка новых модных продуктов, введение инновационных и креативных идей при их производстве, их продвижение велись с применением традиционных приёмов. Развитие и усложнение данной бизнес-среды требует более совершенных бизнес-технологий и бизнес-концепций в производстве модных товаров и их реализации.

Сильные бренды известны и узнаваемы благодаря своим кодам и символам. Потребители часто воспринимают уникальность марки как особенные черты характера человека. Эмоциональная работа с потребителем, способность вызвать его соответствующую реакцию позволяет превратить марку в символ и ориентир в современном мире. Многие марки изучают конкурентов, копируя их стратегии и имиджевые характеристики. Для бренда важна его личность и идентичность. Потребителю необходимо донести информацию о сущности бренда, сохраняя последовательность и постоянство в представлении и продвижении его особенностей.

VI. Выводы и заключение

Баланс интересов производителей и потребителей, в основе которого лежат корректное прогнозирование и постоянное совершенствование бизнес-стратегий, идеальный вариант для индустрии моды. Взаимодействие осуществляется через приспособление к новому имиджу потребителя и поиск новых идей для предложения. При этом внедрение инноваций и креатива не должно разрушить уникальность и узнаваемость марки, доверие своего потребителя. Разумное внедрение в проектную деятельность вариативности инновационного модного продукта позволит производителю быстро реагировать на изменчивый потребительский спрос и ускоряющийся темп модных циклов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бодрийяр Ж. Мода и Феерия кода // Символический Обмен и Смерть. М.: Добросвет, 2000. С. 170
2. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Приор, 2004. 208 с.
3. Дьяконова Е. А. Модные инновации и цикличность в дизайне костюма // Инновации в социокультурном пространстве: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. Благовещенск, 2015. С. 72–74.
4. Иванова С. В. Дидактический концепт в эпоху постмодернизма // Ценности и смыслы. 2015. № 3 (37). С. 6–13.
5. Поплевина В. А. Научные исследования моды как социально-культурного явления // Социально-экономические явления и процессы. 2015. № 6, т. 10. С. 162–169.
6. Чуприна Н. В. Анализ деятельности участников модного процесса в условиях индустрии моды // Технология текстильной промышленности. 2015. № 2. С. 95–98.
7. KPI: Измеряй и улучшай // Индустрия моды. 2013. № 1 (48). С. 54–55.
8. Винichenko И. В. Критерии исходной информации для внедрения новых модных коллекций одежды // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы: материалы IV межвуз. науч.-практ. конф. Омск, 2018. С. 182–184.
9. Варнина Е. Креативные стратегии для современных потребителей // Индустрия моды. 2013. № 2 (49). С. 60–63.

УДК 687.12

СОЗДАНИЕ СЛОЖНЫХ ФОРМ В ОДЕЖДЕ ПРИ ПОМОЩИ ГРАФИЧЕСКИХ ПРОГРАММ

А. В. Водяницкая, Ж. А. Фот

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье рассматриваются вопросы создания одежды сложных форм. В ходе анализа рынка спроса, было выявлено, что в настоящее время есть спрос на новые формы и ассортимент одежды. Данный вопрос предлагается решить с помощью альтернативных программ, ранее не использовавшихся для проектирования одежды. Методика основана на использовании программ 3-D моделирования. Полученные в ходе апробации методики данные позволяют говорить о том, что данные программы могут с успехом использоваться для проектирования одежды сложных, экспериментальных форм.

Ключевые слова – программа, объемные фигуры, моделирование одежды, 3-D объекты.

I. ВВЕДЕНИЕ

Необычная одежда замысловатых форм всегда была востребована, и остается популярной и в данный момент времени. Среди общего числа потребителей одежды можно выделить сегмент творческих, неординарных личностей, которые хотят подчеркнуть свою индивидуальность, создать особенный имидж. Невозможно быть в центре всеобщего внимания нося обычную одежду. Известная всем пословица «Встречают по одежке, а провожают по уму» сейчас актуальна, как и много лет назад. Если вы «неправильно» одеты, вас не будут воспринимать всерьез. Около 80% информации человек воспринимает через визуальные образы, поэтому и наш костюм несет важную информацию о нас – как личности. Поэтому, чтобы произвести первое впечатление на окружающих необходимо выделяться и основным элементом, который позволит нам это сделать является костюм. В дизайне одежды одним из основных элементов является форма, поэтому оригинальность и сложность формы является определяющим моментом в создании образа в целом.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В настоящее время имеются различные методы построения конструкции одежды, в зависимости от типа исходных данных их можно разделить на два класса: приближенные и инженерные. Приближенные, в свою очередь, делятся на расчетно-графические и макетные.

Инженерные методы самые современные и быстрые, их цель – создание точной развертки тела человека, к ним относятся методы триангуляции, секущих плоскостей, геодезических линий, вспомогательных линий развертывания, разверток деталей одежды по образцам моделей и другие. Однако, стоимость оборудования для их применения очень высока, а использование таких методов без оборудования слишком трудозатратно.

Метод получения разверток графическим способом состоит в нанесении на разрозненную развертку трехмерной поверхности, полученную методом триангуляции, чебышевской сети по методике Фридлянда Э.Х. с формированием целых деталей [1. С. 339].

Поскольку сложная форма одежды практически не соотносится с формой и пропорциями человеческого тела, появилась идея рассмотреть существующие программы компьютерного моделирования и определить, какие из них могут быть полезны в создании сложной формы женской плечевой одежды. На базе полученного результата дать необходимые рекомендации по подбору формы, конструкции, материалов для реализации идеи.

III. ТЕОРИЯ

Все инженерные системы проектирования одежды основываются на принципе развертки поверхности объемной фигуры и построение плоского чертежа. Поставим задачи, разработать плечевое изделие в виде головы слона, для этого необходимо по методу триангуляции разбить объемную форму головы животного на сегменты [2. С. 37]. Данный метод требует обязательную проверку конструкции на первичных образцах.

Построение сложной развертки осуществим через программу 3D-моделирования – 3D Max. Это профессиональное программное обеспечение для 3D-моделирования, анимации и визуализации при создании игр и проектировании [3].

Для построения объекта используется метод полигонального проектирования. Этот метод моделирования основан на манипуляциях с гранями, вершинами и ребрами объектов [4. С. 80]. Каждый

трехмерный объект состоит из плоскостей: полигонов. Из примитивных объектов, таких как куб, сфера и т.д., можно создать простые фигуры, и с помощью выдавливая, отсечения частей деталей, добавления новых объектов, создавать нужную форму. Как показала практика, этот метод дает хорошие результаты, однако, занимает слишком много времени. Для построения нужной формы был использован другой способ, суть которого заключается в построении объекта на фоне его изображения. Объемная форма создается при помощи использовании сплайн линий, которые повторяют контур изображения с использованием внутри каркасной сетки, далее на эту сеть накладывается маска. Которую можно растягивать. Маска очень пластиична, а точки каркаса подвижны. Если объект сложный, как, например, фигура слона, то такие детали как голова, туловище, ноги, уши создаются отдельно и постепенно соединяются в единое целое. На рис. 1 изображен конечный результат работы, данный объект необходимо экспортовать для сохранения в формате 3DS.

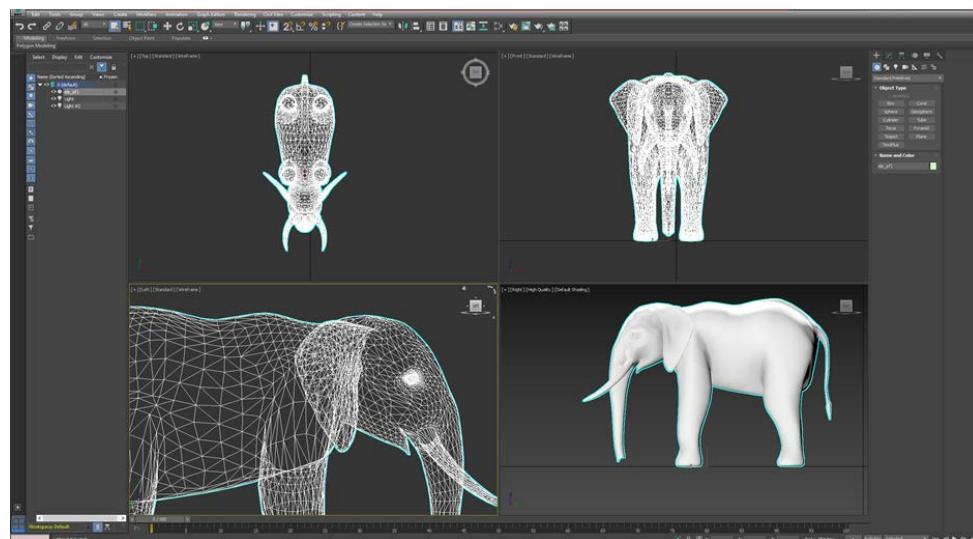


Рис. 1. Построение сложной формы объекта в 3-D Max

Сохраненный объект переносится в программу Pepakura. Это программа, созданная японцами, помогающая создавать 3D-фигурки из бумаги. Программа предназначена для того, чтобы облегчить процесс создания модели. Это конструктор-оригами [5. С. 190]. С её помощью можно создать 3D-образ фигуры, раскрасить её в нужные цвета, а затем увидеть бумажную развертку, на рис. 2 изображена готовая развертка фигуры слона.

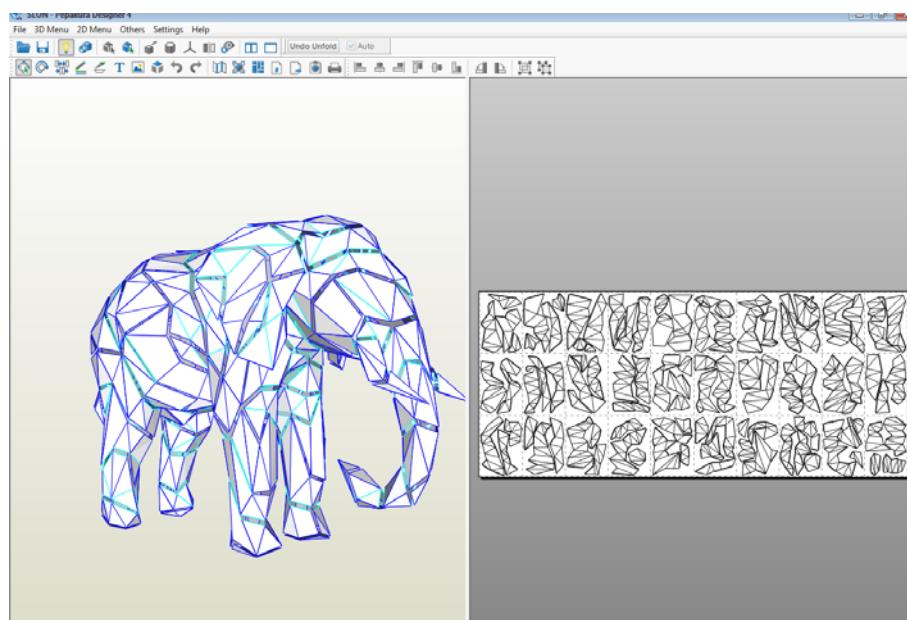


Рис. 2. Готовая развертка в программе Pepakura

Далее бумажные детали печатаются на принтере, и начинается процесс сборки объемной фигуры. Распечатанные детали из бумаги могут служить лекалами, для изготовления фигур из других материалов – стекла, пластика, текстильных материалов.

Perakura единственная в своём роде программа, аналогов подобной найти не удалось. Она поддерживает 3D-формат и позволяет переводить его в 2D-формат для печати. С помощью окна редактирования можно изменять цвет, форму и размер модели. На рис. 3 представлен бумажный макет слона, изготовленный с использованием программы Perakura.

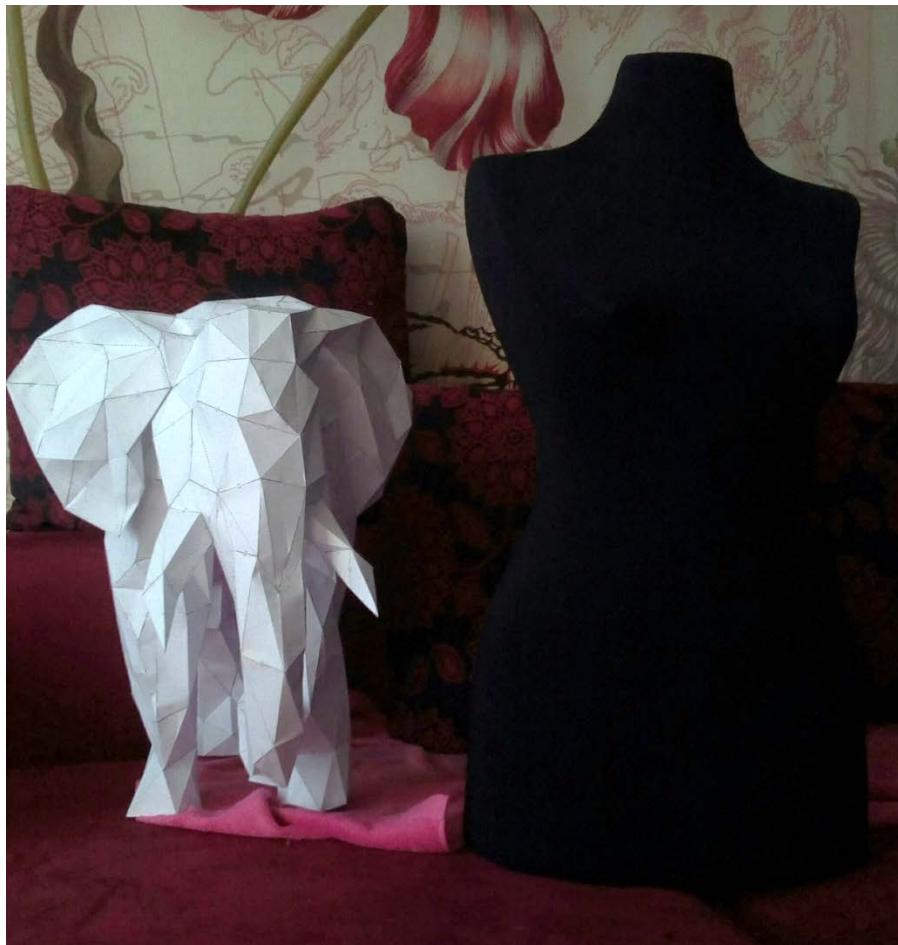


Рис. 3. Макет слона из бумаги

Для перехода к проектированию плечевого изделия, развертка головы слона адаптируется под женский типовой размер, путем увеличения деталей в размере.

Немаловажным фактором для создания необычных изделий является подбор материалов. В данном случае, для фиксации объемной формы материал должен быть плотным, формоустойчивым, не должен осипаться. Проанализировав все требования и рассмотрев рынок материалов был выбран трикотажный футер [6. С. 67]. Своими качествами он обязан особому переплетению нитей полотна при производстве. С изнаночной стороны с помощью петельных протяжек футерные нити прикрепляются к основе полотна, в результате чего образуется своеобразная изнаночная фактурность. Благодаря современным технологиям эта фактурность часто изготавливается в виде начеса, а лицевая сторона выглядит, как кулирная гладь.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

В результате адаптации развертки головы слона по основным габаритным размерам к типовому размеру женской фигуры (164-88-96) было изготовлено женское плечевое изделие, представленное на рис. 4. Процесс конструирования и сборки изделия значительно сложнее типового, однако полученный эффект позволяет сделать вывод, что данная методика может использоваться для проектирования авторской одежды, ростовых кукол и сценических костюмов. Представленное изделие является сложным не только в способе сборки, но и в подготовительном процессе конструирования. Рассмотренная методика

проектирования изделий сложных форм требует дальнейшего изучения и разработки алгоритма адаптации объемной фигуры к форме тела человека.



Рис. 4. Модель женского плечевого изделия, выполненная с использованием программы Pepakura

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Существуют многочисленные стандарты построения и сборки определенных изделий, имеющие чуткую последовательность. Но в настоящем времени дизайнеры придумывают огромное количество интересных изделий, которые не поддаются четким правилам.

В ходе исследования были получены навыки по созданию одежды инженерным способом построения. Для создания аппроксимации и развертки фигуры в виде головы слона были изучены и использованы программы 3d Max и Perakura.

Полученная развертка была адаптирована для изготовления авторского изделия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фридлянд Э. Х. Методика построения сетной развертки по чертежу поверхности // Научные труды МТИЛП. 1969. Вып.36. С. 336–344.
2. Кузнецов Д. А., Кормин Т. Г., Мосейчук Е. И., Васильев А. Н. Гибкий робот-хобот слона // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. Пенза, 2018. С. 36–39.
3. Editable poly в 3ds max: полигональное моделирование . URL: <https://repetitor3d.ru/3dsmax/editable-poly-poligonalnoe-modelirovanie-v-3d-max>. (дата обращения: 10.10.2018).
4. Бердичевский Е. Г. Полигональная графика как инструмент трехмерного моделирования // Пятая научная конференция с международным участием, посвященная 100-летию профессора Р. Н. Щербакова / отв. ред. В. Б. Цыренова; ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого». Н. Новгород, 2018. С. 79–86.
5. Бич Р. Оригами, большая иллюстрированная энциклопедия. М.: Эксмо, 2012. 255 с.
6. Кудрявин Л. А., Заваруев В. А., Викторов В. Н., Лакеева О. Н. Кулирный трикотаж, состоящий из петель с витками // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2005. № 2 (283). С. 66–68.

УДК 687.03/687.023

ОСОБЕННОСТИ ВЫПОЛНЕНИЯ СОЕДИНИТЕЛЬНЫХ И КРАЕВЫХ ШВОВ В ДВУХСТОРОННИХ ПАЛЬТО

А. А. Старовойтова, Ж. А. Фот

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье рассмотрены особенности обработки двухсторонних женских пальто из новых нетрадиционных материалов. Показано, что использование двухсторонних комплексных материалов и валяных полотен для изготовления пальто имеет ряд преимуществ: разнообразие дизайнерских решений, рациональное использование материальных и временных ресурсов, применение технологичных конструкций одежды, возможность использования обеих сторон изделия в качестве лицевой. Представлены схемы соединительных и краевых швов, применяемых при изготовлении двухстороннего пальто из комплексных материалов и валяных полотен.

Ключевые слова – двухсторонние пальто, валяные полотна, комплексные материалы, соединительные швы, краевые швы, эффективность использования двухсторонних материалов.

I. ВВЕДЕНИЕ

В климатических условиях нашей страны пальто является одним из необходимых и востребованных вариантов верхней одежды. Пальто во всем многообразии различных стилевых предложений присутствует в ассортименте многих предприятий, производящих швейные изделия. Эти изделия далеко не равнозначны по стилю, качеству пошива и материалов, а также другим составляющим, которые определяют коммерческий успех швейного изделия. Основными критериями, определяющими уровень модной продукции, в первую очередь являются современные и качественные материалы, которые отвечают не только требованиям моды, но и запросам потребителей. Пальто относится к традиционным видам одежды, оно практически никогда не остается без внимания моды и пользуется постоянным покупательским спросом.

Традиционно женские пальто являются многослойными швейными изделиями, состоящими из различных пакетов, которые включают основной материал (материал используемый для верха пальто), подкладку, прокладочные материалы, а для зимних пальто – и утепляющую прокладку. Однако за счет современных методов выработки материалов, использования добавок в процессе производства исходного сырья, появления двухсторонних материалов женское пальто может быть однослойным двухсторонним швейным изделием. Особенностью такой одежды является то, что любая сторона может быть лицевой, а изделия могут изготавливаться без подкладки, что влечет за собой более тщательную обработку соединительных швов, карманов, бортов, горловины, низа рукавов и изделия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В настоящее время для изготовления пальто без подкладки в качестве основных материалов применяются двухсторонние материалы, трикотажные и многослойные полотна, соединенные в процессе выработки, где лицевая и изнаночная стороны равнозначные по качеству могут быть разных цветов, рисунков, одна из сторон может быть однотонной, а другая с рисунком. Это дает дополнительные возможности для дизайна моделей, использования каждой из сторон материала в качестве лицевой, а также имеет большое значение при разработке и внедрении рациональных технологичных конструкций одежды.

Основная задача данного исследования – разработка рекомендаций в области технологии обработки основных узлов и деталей двухстороннего пальто.

III. ТЕОРИЯ

Большой интерес для изготовления пальто представляют двух- или трехслойные комплексные материалы (рис. 1а), однослойные валяные полотна (рис. 1б).

Для изготовления однослойных двухсторонних полотен используется метод мокрого валяния, позволяющий получить шерстяной материал с добавлением шелковых, льняных, вискозных волокон и кусочков ткани индивидуальных дизайнерских решений с необходимыми потребительскими свойствами: хорошей воздухопроницаемостью, упругостью, плотностью, гигроскопичностью, высокими прочностными и теплозащитными свойствами, малой усадкой [1].

Основными разновидностями комплексных материалов являются [2]:

– односторонние – материалы, получаемые путем нанесения полимерного покрытия с изнаночной стороны (в качестве основы используют ткани различного волокнистого состава, в качестве полимера – различные полимерные композиции);

– дублированные двухлицевые материалы, получаемые путем соединения двух или трех исходных материалов (двухслойные, стеганые, многослойные ткани).



Рис. 1. Двухстороннее женское пальто: а – из двухслойного комплексного материала (автор Гончарова А.Н.); б – из валяного полотна (автор Кашуба С.А.)

При выработке двухсторонних комплексных материалов в качестве основного материала используют ткани, искусственные меха, трикотажные полотна, характеризующиеся небольшой поверхностной плотностью, высокой прочностью и износостойкостью. Подкладочным материалом могут быть ткань, поролон, трикотажное или нетканое полотно, искусственный мех. Технологические свойства двухслойных материалов определяются в основном способами их производства: kleевым, огневым, прошивным, сварным ультразвуковым. При kleевом способе можно склеивать любые материалы (фланель, искусственные и натуральные кожу и мех, флис, джинс, полиуретановую пленку) и получать комплексные материалы с заданными свойствами [2].

Трехслойные материалы представляют собой две ткани из полiamидных нитей, между которыми помещен слой утеплителя. Популярны полотна «Ультрастеп», созданные сварным ультразвуковым способом без использования ниток, позволяющего качественно соединять с помощью выстегивания утепляющий слой с верхним и нижним слоями из различных материалов: вельвет – искусственный мех, искусственная кожа – искусственный мех и др.

Эффективность использования двухсторонних материалов для изготовления пальто заключается в экономии материальных и временных ресурсов:

- не требуется подкладочных материалов;
- отсутствие подбортов, нижнего воротника;
- техника мокрого валяния позволяет вязать детали по готовым лекалам, исключая межлекальные выпады;
- детали из дублированных материалов допускается выкраивать как вдоль нити основы, так и поперек (если внешний вид материала это позволяет), в результате при раскладке лекал сокращается процент межлекальных выпадов;
- так как применяемые материалы относятся к материалам с низкой степенью осыпаемости, соединительные и краевые швы возможно обрабатывать не только с окантованными или закрытыми срезами, но и с открытыми срезами, что приводит к экономии ниток и сокращению затрат времени на выполнение операций.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Современный технологический процесс изготовления одежды основывается на строгом соблюдении режимов сборки и отделки деталей и узлов одежды. Выбор методов обработки должен быть тесно связан с назначением одежды и свойствами применяемых материалов.

Одной из особенностей обработки двухстороннего пальто без подкладки является минимальное или полное отсутствие kleевых и неклеевых прокладочных материалов. Однако, при обработке воротников, манжет, борта, горловины без воротника, клапанов и листочек прорезных карманов, накладных карманов требуется использование прокладочных материалов для придания формуустойчивости. Также прокладочные материалы применяются с целью предотвращения растяжения плечевых срезов, срезов проймы и горловины, края борта, низа изделия и рукавов, линии входа прорезных карманов в процессе эксплуатации изделия.

Для придания формуустойчивости деталям изделия и их срезам из валяных полотен есть возможность вваливать прокладочные материалы на необходимых участках в процессе валяния деталей по готовым лекалам [1]. Обеспечить формуустойчивость деталей возможно способом армирования разреженным хлопчатобумажным текстильным материалом структурывойлочного полотна [3].

В случае изготовления пальто из дублированных комплексных материалов форму изделия создают конструктивным путем без применения прокладочных материалов [2].

Рассмотрим несколько примеров выполнения соединительных и краевых швов, которые не только несут конструктивную нагрузку, но и могут иметь декоративное назначение. Швы, декоративные ленты, тесьма могут быть проложены на поверхности целой детали нитками в цвет или контрастными. Детали могут соединяться традиционными соединительными и краевыми швами, накладными, бельевыми (в изделиях из тонких материалов), окантовываться, закрываться тесьмой или оставаться необработанными. Соединительные и краевые швы, представленные на рис. 2, 3 могут применяться в изделиях из комплексных материалов и валяных полотен.

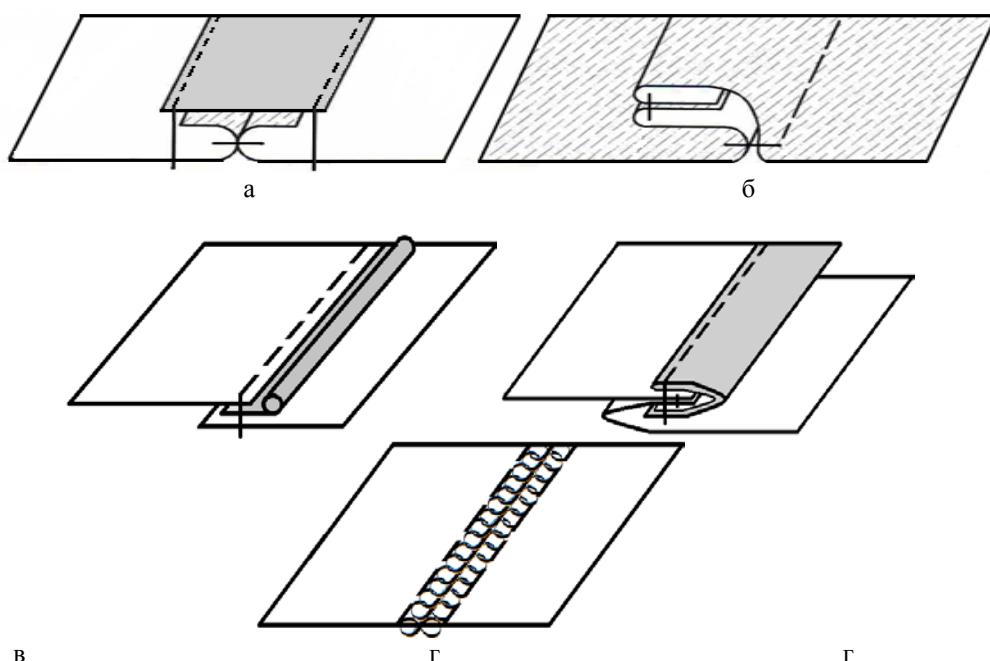


Рис. 2. Соединительные швы: а – стачной вразутюжку с настрачиванием отделочной тесьмы; б – двойной шов; в – накладной с открытыми срезами с прокладыванием отделочного канта; г – стачной взаутюжку с окантовыванием припусков полоской ткани; в – встык плоскошовной строчкой цепного стежка

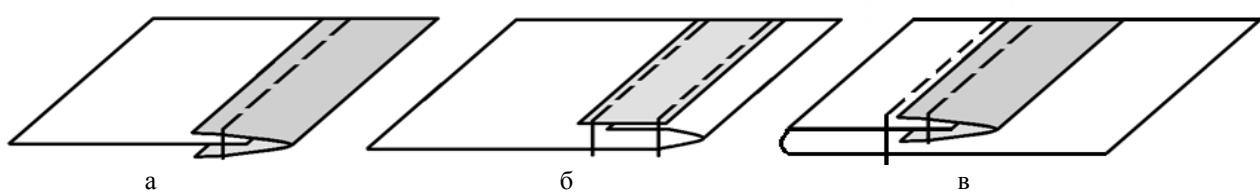


Рис. 3. Краевые швы: а – окантовочный тесьмой; б – вподгибку с настрачиванием тесьмы; в – вподгибку с окантовыванием тесьмой среза припуска низа

Варианты выполнения соединительных швов в изделиях из двухслойного материала, слои которого можно легко отделить друг от друга имеют свои технологические особенности (рис. 4). Авторами разработанной технологии выполнения соединительных швов являются Смирнова О.В. и Гончарова А.Н.

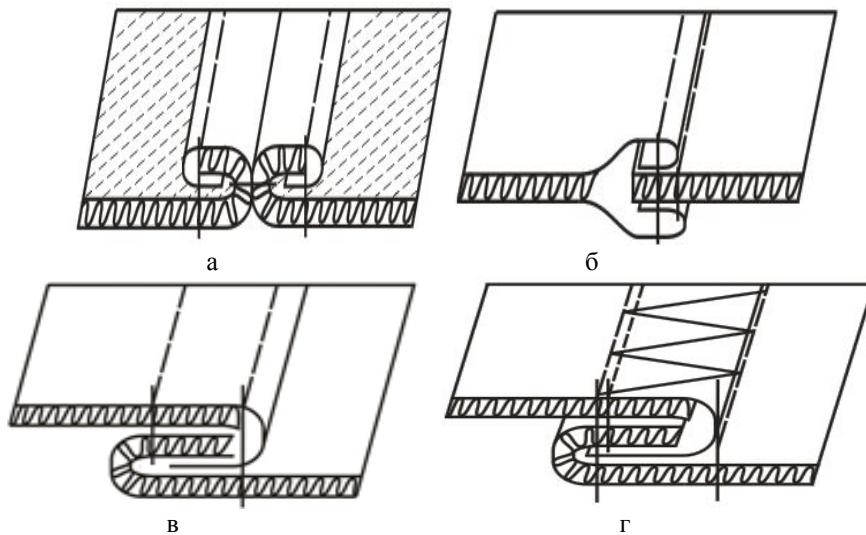


Рис. 4. Обработка соединительных швов в изделиях из двухслойных материалов

Первый вариант. Срезы стачивают швом шириной 2,0 см. Припуски шва расслаивают, внутренний слой каждого припуска высекают так, чтобы он входил в шов на 0,4–0,5 см. После выполнения операции разутюживания припусками шва внешних слоевгибают срезы внутреннего слоя и настрачивают отделочной строчкой на расстоянии 0,1–0,3 см от сгиба (рисунок 4а).

Второй вариант. Срез одной детали расслаивают на 1,0 см. Срезы деталей стачивают швом шириной 0,5–0,7 см, оставляя внешний слой среза. Припуски шва заутюживают. Припуски среза внешнего слоя детали подгибают и настрачивают отделочной строчкой на расстоянии 0,1–0,3 см от сгиба (рисунок 4б).

Третий вариант. Срезы стачивают швом 2,0 см. Припуск шва одной детали расслаивают, внутренний слой припуска и припуск другой детали высекают так, чтобы он входил в шов на 0,5–0,7 см. Припуски шва заутюживают. Припуском внешнего слояогибают срез внутреннего слоя и припуски нижней детали и настрачивают отделочной строчкой на 0,1–0,3 см от сгиба (рисунок 4в) на стачивающей машине челночного стежка или отделочной строчкой трехниточного цепного стежка (рисунок 4г).

V. Выводы и заключение

Применение валяных полотен и комплексных материалов для изготовления двухсторонних пальто способствует рациональному использованию материальных и временных ресурсов при одновременном получении высококачественных индивидуальных изделий. Специфические свойства применяемых материалов позволяют использовать различные способы технологической обработки деталей изделия, в том числе с открытыми срезами. Сотрудниками кафедры конструирования и технологии изделий легкой промышленности ОмГТУ продолжаются исследования в области совершенствования технологии обработки основных узлов двухсторонних однослойных изделий пальтово-костюмного ассортимента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Старовойтова А. А., Фот Ж. А. Разработка технологии обработки воротников в двухсторонних изделиях пальтово-костюмного ассортимента // Дизайн. Материалы. Технология. 2018. Т. 3, № 51. С. 55–58.
- Хисамиева Л. Г., Усманова Э. Д., Мухаметшина Г. Н. Разработка технологии изготовления швейных изделий из дублированных материалов с полимерным покрытием // Вестник Казанского технологического университета. 2010. № 9. С. 377–380.
- Андросова Г. М., Шалмина И. И., Фот Ж. А. [и др.]. Способ укрепления структуры войлочного полотна // Дизайн. Материалы. Технология. 2017. № 3 (47). С. 62–65.

УДК 677.016.45

ПРИМЕНЕНИЕ ТАНИНОВЫХ ПРОТРАВ В НАТУРАЛЬНОМ КРАШЕНИИ

Е. П. Маковецкая, О.А. Рашева

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В статье приведены актуальные экологические проблемы отделочного производства текстильных материалов, описаны преимущества использования натуральных красителей, рассмотрена сущность процесса протравливания текстильных материалов и определены безопасные протравы – таниновые. Итогом проведенного исследования является описание методики протравливания текстильных материалов животного и растительного происхождения таниновыми протравами, преимуществом которых является экологичность и безопасность использования.

Ключевые слова – танин, протравные красители, натуральные красители.

I. ВВЕДЕНИЕ

С древнейших времен люди изготавливали все необходимые в быту вещи самостоятельно, начиная от жилища и заканчивая мелкими предметами обихода. Развивались различные отрасли производства, но некоторые требовали большего искусства и специальных навыков. В их число входит красильное ремесло, ведь крашение в древности состояло из многочисленных стадий, и для получения нужного цвета мастера могли красить ткань в течение нескольких недель [1].

Но к концу XIX – началу XX вв. искусство крашения природными красителями было утрачено, в связи с достижениями в органической химии: созданием синтетических красителей, ярких и сравнительно простых в способах применения. Бурное развитие анилино-красочной отрасли связано с именем английского химика Уильяма Генри Перкина, который в 1856 году получил синтетический краситель «мовеин» и организовал его промышленное производство [2]. В результате, всего за несколько десятков лет большинство древних рецептов крашения было утеряно и забыто.

Человек, совершая открытия и распространяя их глобально, не всегда рационально анализирует и прогнозирует последствия своих разработок. В настоящее время производится и потребляется 9 млн. тонн красителей, в сточные воды попадает около 10 %, что приводит к серьезной экологической проблеме – загрязнению большого количества сточных вод отделочного производства. И это только одна из проблем. Также стоит отметить, что остро стоит вопрос о чувствительности кожи человека на воздействие различных веществ, применяемых в производстве текстиля, об их токсикологической безвредности, и безопасности на стадии утилизации. В связи со сложившейся ситуацией люди приходят к осознанию проблем экологичности и роли химизации в их жизни. Возрастает интерес к экологичной продукции, в том числе, к экотекстилю и природным красителям [2].

Большим преимуществом натуральных красителей является их безопасность, как для человека, так и для окружающей среды. Помимо этого существует возможность благотворного влияния тканей, окрашенных лечебными растениями, на человеческий организм [3, 4], что является неоценимым превосходством природных красителей и является одним из важнейших элементов концепции использования природного сырья в крашении текстильных материалов.

Вопрос естественного крашения материалов изучен реставраторами исторического и художественного текстиля: Елкиной А. К. [5], Семечкиной Е. В [1]. В своих работах они приводят общие сведения по истории применения текстильных красителей, методические рекомендации по крашению текстильных материалов, а также технологию крашения растительными красителями, экстрагируемыми из известных лекарственных растений.

Рассматривая натуральное крашение и его развитие в современном мире, следует отметить появление новых техник окрашивания материалов натуральными красителями, в числе которых контактное крашение или экопринт.

Контактное крашение, экопринт или ботанический принт – это техника колорирования текстильных материалов, при которой на поверхности этих материалов получаются четкие отпечатки растений. Данная техника позволяет создавать уникальные и неповторимые текстильные полотна и швейные изделия, окрашенные природными красителями. Для окрашивания применяются: кора, корни и корневища различных растений, травы, лепестки цветов, листья, ягоды [6].

В результате, следует отметить имеющийся весомый объем информации о технологическом процессе окрашивания материалов экстрактами натуральных красителей, о применяемых растениях и цветах, получаемых в результате их использования, а также о традиционных протравах, применяемых в натуральном крашении. Но сущность вопроса крашения природными красителями, заключена в безусловной экологичности и безвредности всего процесса окрашивания, поэтому актуальным является

вопрос разработки экологичной технологии колорирования текстильных материалов. Эта идея утопична, поскольку невозможно создать абсолютно экологически чистого производства, но стремление сделать его максимально безопасным – это то, что нужно нам в современном мире.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Как бы убедительно не звучала фраза «окрашивание натуральных материалов природными красителями», все же технологию применения натуральных красителей нельзя признать полностью экологичной, поскольку большинство из них относятся к протравным. То есть для закрепления красителя на волокне необходима процедура протравливания материала, в большинстве случаев, она представляет собой нанесение солей различных металлов на ткань. Данные протравы способны оказывать негативное воздействие на человека и окружающую среду, в отличие от протрав, полученных из растительного сырья, к которым относится танин. Информация о танинах и растениях, в которых они содержатся, представлена в ряде источников [7-10], однако отсутствуют методика и технологии обработки текстильных материалов таниновыми протравами. В связи с этим, цель исследования – разработка методики протравливания натуральных текстильных материалов таниносодержащими растениями.

Задачи:

- Изучение применяемых традиционных протрав в крашении.
- Изучение технологии протравливания материалов безопасными закрепителями.
- Анализ и разработка рекомендаций по безопасному протравливанию натуральных текстильных материалов.

III. ТЕОРИЯ

Технология крашения натуральных тканей протравными природными красителями состоит из нескольких этапов. Первый этап – подготовка текстильных материалов к процессу окрашивания. Она заключается в удалении с материала жира, шлихты, воскообразных веществ и пр. Это достигается путем замачивания и стирки материалов в растворах, содержащих мыло, порошки, либо специальные моющие средства.

Далее следует стадия протравливания текстильного материала. Но теоретически возможны 3 варианта протравливания: до крашения, во время (растворенные в воде закрепители, вливают в красильную ванну), после крашения [1].

Суть процесса протравливания материалов заключается в том, что для прочного соединения красящих веществ с волокнами требуется дополнительная обработка текстиля различными закрепителями (протравами). Раньше в качестве протрав применяли хлебный квас, щелок из золы, «дубовый увар», ржавое железо [7], льняное масло, поваренную соль [8], а также приобретали сернокислый глинозем, хромовые квасцы, железный и медный купорос, винный камень [9] и прочие. В настоящее время в качестве протрав используют соли различных металлов: алюминия, железа, меди, хрома, олова и т.д. Соли образуют на волокнах прочные цветные соединения, называемые лаками. Способность к образованию лака объясняется свойством большинства природных красителей в присутствии солей переходных металлов давать прочные нерастворимые в воде комплексы краситель-катион металла-волокно. Для увеличения способности к комплексообразованию ткани обрабатывали, помимо солей металлов, солями винной кислоты или дубильными веществами [1].

В качестве традиционных протрав в процессе окрашивания текстильных материалов используют следующие: глиноземная протрава, содержащая алюминий (алюмокалиевые и алюмоамониевые квасцы), железная протрава (железный купорос, сульфат железа, железоаммониевые квасцы), хромовая протрава, оловянная протрава (хлорид двухвалентного олова, хлорид четырехвалентного олова), марганцевая протрава (хлорид марганца), медная и цинковая протравы (медный купорос, цинковый купорос), таниновая протрава (экстракт чернильных орешков, кашу, шмаха и т.д.) и прочие [1].

Ниже представлена информация о некоторых соединениях, используемых в качестве протрав .

1. Квасцы алюмокалиевые – представляют собой бесцветные прозрачные кристаллы или мелкий кристаллический порошок белого цвета; плохо растворимы в холодной воде, хорошо – в горячей. Продукт нетоксичен, пожаро- и взрывобезопасен [11].

2. Железный купорос является кристаллическим веществом. При попадании в организм человека оказывает общетоксическое действие, вызывает желудочно-кишечные расстройства, раздражает кожный покров и слизистую оболочку. Класс опасности – 3 [12].

3. Медный купорос. Попадая в организм человека, вызывает желудочно-кишечные расстройства. Медный купорос негорюч, пожаро- и взрывобезопасен. Класс опасности – 2 [13].

4. Цинковый купорос может поступать в организм через органы дыхания, желудочно-кишечный тракт и неповрежденную кожу. При контакте с кожей вызывает изъязвления – так называемые "птичьи глазки". Тыльная часть кистей поражается чаще, чем ладонь. При постоянной работе в атмосфере, загрязненной

аэрозолями цинкового купороса, могут возникнуть атрофии и эрозии слизистой оболочки рта и верхних дыхательных путей [14].

5. Ацетат свинца – прозрачные кристаллы. Как и все соединения свинца, его ацетат очень токсичен, нейротоксичен и канцерогенен. Вызывает особые изменения в нервной системе, крови, сосудах. Класс опасности – 1 [1].

6. Танины (танины) – группа фенольных соединений растительного происхождения, содержащих большое количество гидроксильных групп. Нетоксичны. Применяются в текстильной, пищевой промышленности, медицине и так далее.

Исходя из вышеизложенной информации, следует отметить, что ряд закрепителей, применяемых при окрашивании, относятся к 1 и 2 классам опасности и оказывают губительное влияние на организм человека, а также, попадая в сточные воды, и на окружающую среду. Безопасными являются таниновые протравы, которые представляют собой растительные дубильные экстракты, получаемые из коры, древесины, листьев и плодов некоторых растений экстрагированием горячей водой [15].

Для начала, следует отметить, что дубильные вещества разделяют на две группы: дающие с солями железа сине-черное и зеленовато-черное окрашивание. В качестве дубителей для кожи используют вещества, дающие зеленовато-черное окрашивание. А вот большое значение в качестве протрав текстильных материалов имеют вещества, дающие сине-черное окрашивание, одним из которых является танин. Танины используют в пищевой, косметической, фармацевтической промышленностях. Они способны оказывать вяжущее, кровоостанавливающее, противовоспалительное действия и прочие.

Говоря о текстильной промышленности, танины проявляют дубящее действие, основанное на их способности образовывать прочные связи с белками, полисахаридами и другими биополимерами. Использование таниновых протрав рекомендовано для протравливания текстильных материалов животного происхождения. Шелк быстро и легко поглощает из горячих растворов значительное количество танина. Волокна растительного происхождения также способны поглощать танин в больших количествах, но он не закрепляется на волокне и при промывке водой снова переходит в раствор. Для закрепления танина на хлопке пользуются дополнительными протравами, обычно солями сурьмы, алюминия, железа. Эти протравы, соединяясь с танином, также соединяются с красителем с образованием цветных лаков, обладающих повышенной прочностью [1].

Применяемые в качестве протрав, используются следующие части растений: чернильные орешки – нарости на листьях дуба, являющиеся продуктом жизнедеятельности насекомых, содержание танина 40-65%; недозревшие желуди дуба, содержание танина 25-45%; кора дуба, акации, ели, ивы, черемухи – содержание танина 8-18%; листья сумаха – содержание танина 19-37%; также танин содержится в околоплоднике черного ореха, хурме, гранате, ромашке, зверобое, чернике, ежевике и так далее [10].

IV. ОПИСАНИЕ МЕТОДИКИ

В настоящее время для протравливания натуральных текстильных материалов применяют технический танин, представляющий собой светло-желтый порошок со слабым запахом, вяжущего вкуса, растворимый в воде, этаноле и глицерине. В инструкциях по применению рекомендуют протравливать текстильный материал из расчета от 2 до 8 грамм танина на 100 грамм ткани. Но нужно заметить, что технический танин очищен от различных примесей, в отличие от природного. Вследствие этого масса применяемого таниносодержащего растения для получения протравного экстракта рассчитывается в зависимости от процентной составляющей танинов в этом растении.

Обработка материалов животного происхождения таниновой протравой происходит следующим образом. Таниносодержащее растительное сырье в количестве от 6 до 25 грамм (на каждые 100 грамм ткани) замачивают на 12 часов в 2-3 литрах холодной воды. Далее получают водный экстракт: нагревают полученный настой до температуры близкой к кипению и томят 20-30 минут. После этого процеживают экстракт, если необходимо добавляют воду. Укладывают в раствор подготовленный влажный материал и обрабатывают его таким образом 30 минут при температуре 70-80°C. После этого вынимают сразу либо после охлаждения раствора, дают стечь воде, сушат или подвергают последующей обработке.

Обработка материалов растительного происхождения происходит по той же схеме, но с увеличением времени томления материала в растворе до 1 часа. После обработки танином материалы растительного происхождения не промываются в проточной воде, поскольку танин не способен закрепиться на волокнах без последующего протравливания солями металлов. Обработка текстильного материала происходит в 0,1-1% растворах солей металлов. Могут применяться алюмокалиевые квасцы, железный купорос, медный купорос и прочие. Протравливание происходит при температуре близкой к кипению в течение 30-60 минут. В результате, образовываются лаки, обладающие повышенной прочностью. Затем материалы извлекают, подвергают тщательному полосканию, сушат либо продолжают процесс крашения.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итогом исследования явилась разработка методики проправливания натуральных текстильных материалов растительного и животного происхождения таниновыми проправами, которые можно получить путем экстрагирования таниносодержащего растительного сырья. Танины находятся в большом количестве растений и в разных их частях: коре, листьях, корнях, плодах, которые можно легко найти и приобрести. Важно то, что данные проправы не оказывают негативного воздействия на окружающую среду, в отличие от различных соединений различных металлов. Что является неоспоримым преимуществом и одной из главных составляющих концепции натурального крашения.

Материалы данной работы носят практический характер и могут использоваться при крашении текстильных материалов растительными экстрактами, а также при окрашивании в технике контактного крашения. Открытыми для исследования остаются вопросы разработки технологии проправливания натуральных текстильных материалов различными таниносодержащими веществами, а также их апробация и оценка рациональности использования таниновых проправ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семечкина Е. В. Реставрация тканей. Крашение текстильных материалов . URL: <http://artcon.ru/node/3408> (дата обращения: 23.02.2018).
2. Кричевский Г. Е. Химическая технология текстильных материалов: учеб. для вузов. В 3 т. М.: РосСИТЛП, 2001. Т. 3. 298 с.
3. Gupta D., Khare S., Laha A. Antimicrobial properties of natural dyes against Gram-negative bacteria // Coloration Technology. 2004. Vol. 120. P. 167–171.
4. Gupta D., Jain A., Panwar S. Anti-UV and anti-microbial properties of some natural dyes on cotton // Indian Journal of Fibre and Textile Research. 2005. Vol. 30. P. 190–195.
5. Елкина А. К. Крашение дублировочных материалов естественными органическими и кубовыми красителями . URL: https://vk.com/doc-41564009_138345143 (дата обращения: 22.02.2018).
6. Маковецкая Е. П. Крашение материалов природными красителями: изящная модернизация // Молодёжь, наука, творчество-2018: науч. текстовое электрон. изд. локального распространения: материалы XVI межвуз. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов. Омск, 2018. С. 127–131. 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
7. Очерки по истории русской деревни X-XIII вв. / под ред. Б. А. Рыбакова // Труды Государственного исторического музея. М.: Советская Россия, 1959. Т. 2, вып. 33. 235 с.
8. Едемский М. Б. Природные краски на севере Европейской части СССР и применение их в народном быту // Природа. 1925. № 46. С. 87–96.
9. Соколов А. М. Кустарные ремесла. Крашение шерсти . URL: <https://www.simvolika.org/> (дата обращения: 20.09.2018).
10. Михайлов А. Н. Химия дубящих веществ и процессов дубления . URL: <http://library.psu.kz/fulltext/buuk/a184.pdf> (дата обращения: 20.09.2018).
11. ГОСТ 4329-77. Реактивы. Квасцы алюмокалиевые. Технические условия. Введ. 1979-01-01. М.: Издательство стандартов, 2002. 6 с.
12. ГОСТ 6981-94. Купорос железный технический. Технические условия. Введ. 1997-01-01. М.: Издательство стандартов, 1996. 14 с.
13. ГОСТ 19347-2014. Купорос медный. Технические условия. Введ. 2015-09-01. М.: Стандартинформ, 2015. 36 с.
14. ГОСТ 8723-82. Купорос цинковый. Технические условия. Введ. 1982-12-24. М.: Издательство стандартов, 1990. 37 с.
15. Азаров В. И., Буров А. В., Оболенская А. В. Химия древесины и синтетических полимеров: учеб. для вузов. СПб.: СПбЛТА, 1999. 628 с.

УДК 688.35

КЛАССИФИКАЦИЯ ПОЯСНЫХ СУМОК

А.Ю. Федорова, Е. В. Евдущенко

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – В настоящее время гардероб как женский, так и мужской очень разнообразен. Он включает в себя не только привычные брюки, сорочки, блузы и юбки, а еще множество вещей-аксессуаров. Основным и неотъемлемым аксессуаром можно считать сумку. Анализируя модные тенденции, было выявлено, что актуальной моделью последних сезонов является поясная сумка. Чтобы производство данного изделия было успешным, разработана классификация поясных сумок по основным признакам, что облегчит работы на этапе эскизной разработки и технологической подготовки. Также для продуктивной работы конструктора, предлагаются базовые конструкции сумок, на основе которых будет производиться разработка более сложных моделей.

Ключевые слова – сумка, сумка женская, сумка мужская, классификация сумок, поясная сумка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Ассортимент изделий легкой промышленности в настоящее время широк и разнообразен. Любое, казалось бы, неизменное изделие сейчас перерождается относительно групп потребителей. Один и тот же предмет одежды может быть совершенно различным не только по внешним признакам, но и по функциям. С помощью оригинальных характеристик изделие выходит на рынок и составляет здоровую конкуренцию.

Особо разнообразен ассортимент галантерейных товаров или по-другому аксессуаров. Такая насыщенность, во-первых, связана с тем, что люди подбирают эти вещи к своему гардеробу, а гардероб текущего столетия очень богат. Во-вторых, каждый аксессуар часто обладает важным назначением и определенной функциональностью. Например, многообразие видов сумок вполне обосновано, каждая предназначена для определенной ситуации. Сумки средних размеров удобны для рабочей недели – в нее поместятся документы и личные вещи; крупные используются для активного отдыха, поездки или переноса объемных предметов; сумки малых конфигураций подходят для прогулки, похода за покупками и вечернего выхода. Казалось бы, выше перечисленные образцы имеют только женщины, однако время меняется, сейчас и мужчины чувствуют необходимость данной вещи. Было замечено, что практически каждый мужчина обзавелся как минимум парой сумок, одна из которых крупная спортивная сумка или рюкзак, вторая маленькая сумочка для телефона, портмоне и ключей [4, с.240].

Сейчас особенно популярными становятся поясные сумки. Поясная сумка представляет собой сумочку маленького или среднего размера, которая носится на поясе, путем обхватывания тела человека. Такая модель подходит как для женщин, так и для мужчин. Главным достоинством поясной сумки является удобное расположение при носке – на поясе (руки остаются свободными, положение тела равновесно, поэтому исключена возможность искривления положения туловища), второе достоинство это обеспечение сохранности вещей, находящихся внутри. Третий плюс данной модели, в том, что сумочка может играть роль пояса для изделия или же быть основным акцентом в костюме.

При выборе сумки люди обращают внимание в основном на ее эстетические характеристики, на функциональную составляющую и на качество изготовления. Наиболее яркие конечно эстетические показатели, они характеризуются цветовой гаммой, декоративным оформлением и формой изделия. Поэтому очень важно, чтобы первые этапы производства сумки, а именно эскизная разработка и создание конструкции изделия были выполнены успешно.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Сумочки нашего времени разнообразны, они отличаются по форме, по конфигурации конструктивных линий, могут быть вариации фурнитуры, карманов и материалов. От всех перечисленных особенностей напрямую будет зависеть технология изготовления сумки, а также стилевое направление. Кроме этого поясную сумку можно носить не только на поясе, но также через тело, по типу сумки «кроссбоди», через плечо или вовсе как рюкзак. Все эти трансформации одной модели могут быть достигнуты за счет конструкции сумки и технологических узлов.

Основной задачей проводимого исследования является выявление основных характеристик поясных сумок, последующая разработка классификаций и предложение базовых конструкций поясной сумки. Результаты проведенной работы необходимы для проектной разработки поясных сумок.

III. ТЕОРИЯ

Исторические сведения о поясных сумках

Исторически поясные сумки самые древние, археологами были найдены экспонаты Древней Греции и Египта подобные современным сумочкам. Похожи эти сумочки скорее на мешочек и хранили в них самые необходимые мелкие предметы быта и инструменты. В XI веке в Европе состоятельные мужчины носили на поясе мешочки с монетами, после конфигурации мешочка меняются, например, в XIV веке появляются сумочки под молитвенники. Однако поясная сумка в то время не имела пояса, в ней было лишь отверстие, в которое продевался пояс от костюма [1, с. 126].

Женщины тоже имели подобные сумочки, но носили их сначала на пояссе под юбкой, после наоборот открыто, демонстрируя этим аксессуаром свое положение. Их сумочки были выполнены из благородных тканей и украшены дорогими камнями, вышивкой, лентами.

Также известно, что в ходе раскопок Рождественского могильника X-XI вв в Пермском Предуралье, были найдены варианты кошельков и поясных сумочек. Поясной набор состоит из пояса и самой сумочки, выполнен из кожи. Применена декоративная отделка набора мелкими сердцевидными накладками, по краю входа сумочки располагаются полоски, предположительно эта бахрома. Данный факт, находления в захоронениях такого атрибута как сумочка, говорит о том, что и в X-XI вв поясные сумки были распространены, а по подобию исполнения, можно сделать вывод, что в данном районе занимались изготовлением сумок [5, с. 236-241]. Современные конструкции поясных сумок конечно намного сложнее древних образцов, но при этом и сейчас можно встретить похожие, простейшие по форме модели.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Ассортимент поясных сумок очень широк, поэтому перед этапом разработки моделей следует основательно его изучить, охватывая все стороны изделия. Чтобы не упустить ни одного нюанса и создать характеризующую структуру, будет верным использовать примы классификации [3, с. 157-159].

Классификация как общее понятие представляет собой деление ассортимента по определенным признакам. Классификации будут являться вспомогательным материалом при проектировании моделей.

И так, в результате обзора и анализа рынка поясных сумок были найдены основные ярко выраженные характеристики моделей поясных сумок, такие как: половозрастной признак, форма сумки, способ ношения, вид материала, способ закрывания, вид пояса и стилевое направление [2, с. 61-69]. По данным характеристикам были выстроены шесть классификаций:

1. По половозрастному признаку:

- женские;
- мужские;
- детские.



Рис. 1. Образы с поясными сумками

2. По форме:

- форма-банан;
- овальные;
- круглые;
- прямоугольные;
- фантазийной формы;



Рис. 2. Поясные сумки: А – форма-банан, Б – овальная, В – круглая, Г – прямоугольная, Д – фантазийная форма.

3. По способу ношения

- на пояссе и в руке;
- на пояссе;
- на пояссе и через тело;
- многофункциональные (на пояссе, через тело, на плече, как рюкзак).



Рис. 3. Поясные сумки: А на пояссе и в руке; Б – на пояссе; В – на пояссе и через тело; Г – многофункциональные.

4. По материалам:

- из натуральной кожи/замши;
- из искусственной кожи/замши;
- из плащевых и сумочных материалов;
- из нестандартных материалов (бархат, атлас и др.).



Рис. 3. Виды поясных сумок

5. По способу закрывания:

- застежка-«молния»;
- клапан;
- застежка-«молния» + клапан.



Рис. 5. Виды поясных сумок

6. По виду пояса:

- втачной пояс;
- пояс как отдельный элемент (пристегивается карабинами, продевается в шлевки).



Рис. 6. Виды поясных сумок

7. По стилевому направлению:

- классические;
- спортивные;
- романтические.



Рис. 7. Образы с поясными сумками

В ходе анализа рынка современных поясных сумок и разработки классификаций были выявлены три базовых модели поясной сумки. Конфигурация формы каждой из сумочек достигнута с помощью различающихся конструкций. Чтобы понятней донести разницу трех моделей, в таблице ниже представлен образец поясной сумки в готовом виде и составляющие детали каждой из них.

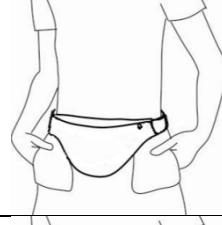
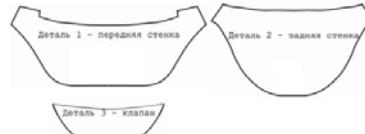
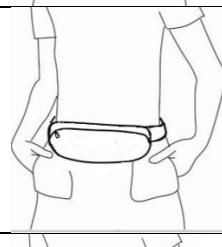
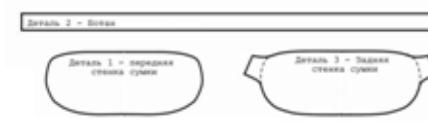
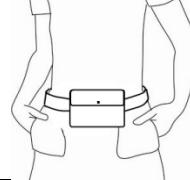
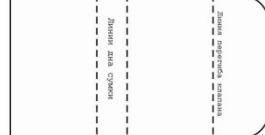
Проанализировав всю информацию в совокупности, было выявлено, что имеется три ярко выраженные формы, на основе которых могут быть размоделированы новые варианты. Первая сумка состоит из трех деталей (задняя стенка, передняя, клапан) и обладает объемной формой, подобие выпуклого овала. Достигнута такая форма за счет конически разведенного клапана и передней стенки.

Вторая модель состоит также из трех деталей: задняя стенка, ботан – боковая цельная стенка и передняя стенка. По форме она менее выпуклая, чем первая модель, однако за счет ширины ботана, можно добиться большей вместимости. Все детали этой сумки близки по форме к прямоугольнику, коническое разведение не производится.

Модель три имеет наиболее уплощенную форму, но она может быть создана из одной детали, лишь придется правильно спроектировать линии стачивания, которые обозначают дно изделия и другие особенности. Такая сумка будет похожа на конверт.

В основе конструкции актуальной поясной сумки лежат простейшие геометрические фигуры. Описанные выше виды конструкции являются основой для разработки, они помогут конструктору почувствовать форму изделия и дадут понимание о том какие следует внести конструктивные особенности при создании более сложной модели.

ТАБЛИЦА 1
ХАРАКТЕРИСТИКА КОНСТРУКЦИЙ ПОЯСНЫХ СУМОК

№	Сумка в готовом виде	Эскиз	Детали
1			
2			
3			

В результате проведенного исследования, был проанализирован ассортимент современных поясных сумок. Выявлены и изучены их характерные особенности такие как: принадлежность, форма, способ закрывания, способ ношения, вид пояса, используемые материалы и стилевое направление. По этим признакам предложены семь классификаций. Также в ходе конструкторского анализа поясных сумок, было выяснено, что весь ассортимент базируется на трех конструктивных основах, за счет преобразования которых создаются новые модели.

V. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Поясная сумка, как и любое изделие легкой промышленности, требует основательной проработки. Предложенная классификация сумок по таким признакам как принадлежность, форма, способ закрывания, способ ношения, вид пояса, используемые материалы, стилевое направление, поможет производителю на этапе эскизной разработки и технической подготовки.

Найденные базовые конструкции поясных сумок, являются основой для производства простых моделей. Помогут конструктору почувствовать форму изделия и дадут понимание о том, какие следует внести конструктивные особенности при создании более сложной модели.

Источник финансирования. Благодарности

Научный руководитель Е.В Евдущенко, кандидат технических наук, Омский государственный технический университет, Институт дизайна и технологий, г. Омск, Россия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федорова А. Ю. Ретроспективное исследование процесса декоративного оформления и изготовления сумок // Молодежь, наука, творчество – 2018: науч. текстовое электрон. изд. локального распространения: материалы XVI межвуз. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов. С. 122–127. 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
2. Федорова С. С., Бекк Н. В., Бекк М. В., Платунова И. А. Разработка идентификационной классификации моделей сумок для подростков, молодежи и взрослых // Творчество и современность. 2017. № 2 (3). С. 61–69.
3. Черенкова С. С., Бекк Н. В., Махоткина Л. Ю. Совершенствование классификации современных кожгалантерейных изделий из эко-материалов по типу и фасону // Вестник Казанского технологического университета. 2014. № 13. С. 157–159.
4. Сандиня А. С., Кондрашова Н. Н. Социологическое исследование ассортимента женских сумок // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2017. № 3. С. 239–244.
5. Крыласова Н. Б. Поясные сумки х–хі вв. (по материалам раскопок рождественского могильника в 2008–2009 гг.) // Труды Камской археолого-этнографической экспедиции. 2012. № 8 С. 236–241

УДК 339.13

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЗДОРОВЬЕ СОХРАНЯЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Е. В. Косова, Г. М. Андросова

Омский государственный технический университет, Омск

Аннотация – Данная статья посвящена вопросам применения органических косметических средств на предприятиях индустрии красоты, а также рассмотрено понятие органической косметики. Кроме того, в данной статье говорится о вредоносном действии различных компонентов красителей для волос на клеточный генетический материал и актуальности здоровье сохраняющих технологий при оказании бьюти-услуг. В статье подчеркнуты различия между знаками BIO и ECO. Также в данной статье отмечается, что рынок услуг с использованием органической косметики имеет большие перспективы развития.

Ключевые слова – предприятие индустрии красоты, услуга, органическая косметика, здоровье сохраняющие технологии.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время наблюдается рост интереса к косметике и средствам личной гигиены, кроме того появилась потребность покупателей в здоровье сохраняющих технологиях. Актуальность здоровье сохраняющих технологий обусловлена потребностью человека в повышении качества жизни. Вследствие этого рынок органической косметики стал стремительно расширяться, а также появляются предприятия индустрии красоты, специализирующиеся на оказании услуг с использованием органической косметики. Кроме того, возрос спрос на бьюти-услуги с применением органических косметических средств. На рынке косметической продукции представлено множество товаров с наклейками «био», «эко» и «органик». Однако составы немногих косметических продуктов содержат ингредиенты из органических продуктов.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Одним из популярных косметических средств, которое широко используется в индустрии красоты, является краситель для волос, а услуга окрашивания всегда востребована на рынке парикмахерских услуг. В научной литературе имеется множество публикаций относительно вредоносного действия различных компонентов красителей для волос на клеточный генетический материал. Многочисленные исследования показывают, что краситель для волос способен проникать через кожный покров, вызывать повреждения ДНК и оказывать генотоксические эффекты, вследствие чего он может рассматриваться как наиболее распространенный мутаген. Таким образом, в настоящее время актуальным является использование органических красителей при оказании услуг на предприятиях индустрии красоты.

III. ТЕОРИЯ

На сегодняшний день единого мирового стандарта, который дает определение органической косметики, не существует. В некоторых странах учреждены организации добровольной сертификации, которые разрабатывают свои стандарты качества. Специалисты одной из известных независимых компаний, сертифицирующей экологически чистые компоненты, EcoCert, выделили ряд требований к органической косметике:

- не менее 95% натуральных ингредиентов в составе (растения-ингредиенты должны быть выращены без применения химических удобрений).
- ингредиенты получены из возобновляемых источников и обработаны безвредным для окружающей среды методом.
- косметика не содержит силиконов, парабенов, продуктов нефтепереработки, а также компонентов животного происхождения кроме тех, которые животные производят сами.
- продукты не тестировались на животных.

Согласно правилам по сертификации косметики, внутренняя и наружная упаковка должна быть пригодна для переработки и повторного использования.

Однако EcoCert – одна из компаний, которая занимается сертификацией. Данная компания на сегодняшний день является самой популярной, но не единственной. Следовательно, некоторые производители органической косметики имеют возможность получить сертификат любой другой компании, чьи требования являются более лояльными.

Кроме того, следует различать стандарты BIO и ECO. Часто эти маркеры воспринимаются как гарантия надежности и качества, но они всего лишь определяют требования к компонентам косметики.

В интерпретации организации Cosmebio, проводящего сертификацию косметики, знаки BIO и ECO предполагают различный состав ингредиентов (рис.1).



Рис.1. Интерпретация знаков BIO и ECO организацией Cosmebio

В настоящее время существуют специальные организации, которые следят за тем, чтобы компоненты соответствовали заявленным требованиям и международным стандартам, кроме того, данные организации занимаются сертификацией косметики и присваивают ей знаки отличия (рис. 2).

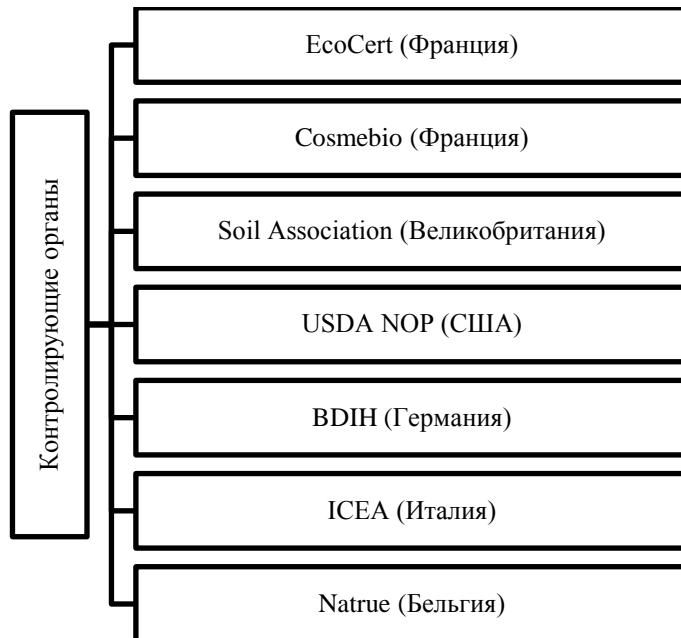


Рис. 2. Организации, занимающиеся сертификацией косметики

Organic Color Systems была первой компанией, которая начала создавать красители на основе сертифицированных органических ингредиентов. Данная продукция изготавливается с 1990 года в Великобритании и имеет сертификаты качества от Европейского союза и компании Soil Association.



Рис. 3. Продукция Organic Color Systems

Это профессиональные стойкие красители для волос с максимальным содержанием природных компонентов и минимальным количеством синтезированных добавок. Компоненты красителя получены из фруктов, цветов, трав и. Данные красители на 95 % состоят из органической основы: экстрактов апельсина, кокосового ореха, ромашки, грейпфрута, пшеницы, банана, окопника, кукурузы, а также содержат минералы, витамины С, Е и чистую воду.

В препаратах отсутствуют вредные вещества: аммиак, резорцин, парабены и ноноксинол. Благодаря этому продукты не повреждают структуру волос, минимизируют риск возникновения аллергических реакций и не выделяют токсичных веществ. Что показательно, окрашивание продуктами Organic Color Systems безвредно даже для беременных и кормящих женщин и подходит людям с чувствительной кожей головы. Оно позволяет получить желаемый и предсказуемый результат, безопасно для клиентов, мастеров и окружающей среды».

VII. Выводы и ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стоимость услуг с использованием здоровье сохраняющих технологий на сегодняшний день весьма велика. Связано это с тем, что данных услуг на рынке представлено немного, а также высокой стоимостью. Таким образом, данный рынок имеет большие перспективы развития, а использование здоровье сохраняющих технологий в индустрии красоты может явиться значительным конкурентным преимуществом современного предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Растущий интерес к органической косметике спровоцировал динамический рост мирового органического рынка . URL: <https://cosmetology-info.ru/6678/news-Rastushchiy-interes-k-organicheskoy-kosmetike-sprovotsiroval-dinamicheskiy-rost-mirovogo-organicheskogo-rynka/> (дата обращения: 01.10.18).
2. Глобальный рынок косметики – 2016: анализ отрасли и оценка возможностей . URL: <https://cosmetology-info.ru/6804/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki---2016-analiz-otrasli-i-otsenka-vozmozhnostey> (дата обращения: 01.10.18).
3. Органическая косметика: гармония с природой в моде . URL: <http://www.1nep.ru/cosmetology/articles/196635/> (дата обращения: 01.10.18).