

**KEY STRATEGIES FOR IMPROVING  
MANAGEMENT OF SERVICES OF THE RUSSIAN  
FEDERATION**

O.M. Kulikova

**Abstract.** In the article the problems of management in the service sector and directions of their solutions. The main problems in the management in the service sector are the lack of adaptability of the developed management solutions to the ever-changing environment, the existing methods and technologies do not allow with sufficient accuracy to predict change, to present the results in graphic form, and limit the use of the creative potential of the head. The key areas to solve problems and improve the management of the service sector is the introduction of modern methods of simulation, cognitive visualization options theory in management processes in this area, the development of technology and the formation of the optimal use of the resource potential of the processes in this field. On the basis of these directions set by the author, and the problem is solved in

the monitoring field of study with the application of mathematical methods, the regularities of providing social services-oriented non-profit organizations. The results can be used to develop management tools in the service sector.

**Keywords.** Scope of services aimed to improve the management in the field of services, outreach services, and monitoring.

*Куликова Оксана Михайловна (Омск, Россия) – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры «Управление качеством и производственными системами» ФГБОУ ВПО СиБАДИ (644080, г. Омск, пр. Мира 5 3210, e-mail: aaaaa11@rambler.ru).*

*Oxana M. Kulikova (Omsk, Russian Federation) – Ph. D. in Technical Sciences, ass. Professor, Department "Quality Management and production systems" Siberian State Automobile and Highway Academy (644080, Russia, Omsk, Mira prospect, 5, e-mail: aaaaa11@rambler.ru).*

УДК 338.12

**ФОРМИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОГО КЛАССА  
В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

О.Ю. Патласов<sup>1</sup>, Е.К. Жаров<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ЧОАНО ВО «Омский региональный институт», Россия, г. Омск

<sup>2</sup>ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия», Россия, г. Омск

**Аннотация.** Раскрыта зависимость между возрастной структурой рабочей силы и эффективностью реализации творческого потенциала креативного класса. Изучено влияние уровня урбанизации страны на развитие креативной экономики. Выявлены возможности стран с узкой специализацией к переходу в фазу креативного развития через традиционные отрасли. Доказано, что уровень технического прогресса в определенной степени определяется стоимостью отдельных факторов производства.

**Ключевые слова:** креативная экономика, креативный класс, креативный город, креативная среда, креативный сектор.

**Введение**

На фоне контуров мирового экономического кризиса, а также структурных технологических сдвигов в мировой экономике, основным трендом экономического развития многих стран мира становится креативная экономика. В настоящее время лидерами в области креативной экономики являются такие страны как США, Великобритания, Австралия, Япония и страны Европейского союза. Сектор креативных индустрий в этих стран обеспечивает устойчивый экономический рост, высокий уровень занятости и быстрое наращивание интеллектуального и технологического потенциала.

Для стран с переходной экономикой, в том числе, для России и Казахстана развитие креативной экономики обусловлено выполнением ряда требований, главным из которых является формирование креативного класса и создание благоприятных условия для развития креативных отраслей.

**Основная часть.**

**Формирование контуров теории креативной экономики**

В научной литературе креативная экономика рассматривается под различным углом зрения. Так, английский ученый Дж. Хокинс отмечал, что ключевую роль в определении и классификации креативной экономики играет

интеллектуальная собственность, а именно авторские права, торговые марки, бренды, патенты [1]. Ч.Лэндри особое внимание в своих работах уделял развитию креативных городов, и отмечал, что сейчас в основе городского развития лежат не классические факторы производства, а способности людей, их воображение, творческая активность и мотивация [2]. Американский социолог Р. Флориды рассматривал креативность через призму его носителей – креативного класса. С точки зрения Флориды, креативность стало основным источником конкурентного преимущества, а креативные специалисты ключевым ресурсом и фактором производства постиндустриальной эпохи.

Подход Флориды основывается на определении креативного класса, который состоит из двух подклассов: суперкреативного ядра и креативных профессионалов. К первой группе можно отнести ученых и инженеров, поэтов и писателей, художников и актеров, дизайнеров и архитекторов, публицистов, редакторов, крупных деятелей культуры, экспертов аналитических центров, обозревателей и др. Ко второй группе Флорида относит «креативных специалистов», работающих в таких отрас-

лях, как сектор высоких технологий, финансы, право и здравоохранение, управление. В отличие от креативного класса, суперкреативное ядро не только обладает необходимыми качествами, но и непосредственно производит креативные товары и услуги [3].

Одним из распространенных заблуждений касательно определения креативного класса состоит в том, что к ним относят всех людей имеющих высшее образование. В действительности, эти категории имеют определенную корреляцию, однако не всегда тождественны, так как креативным специалистам относят только тех людей, которые занимаются творческой и креативной работой, связанной с генерацией новых идей.

Например, в США три четверти (72,2%) людей имеющих высшее образование принадлежат к креативному классу, а менее 60% представителей креативного класса имеют высшее образование [4].

Следует также отметить, что принадлежность к креативному классу обеспечивает экономические преимущества, которые выходят за рамки преимуществ высшего образования, отражающаяся в заработной плате работников (см. табл.1).

Таблица 1

**Средняя годовая зарплата креативного класса, 2010**

Род занятий	Заработная плата, долл.
Креативный класс	70714
<i>Управление</i>	105440
<i>Юриспруденция</i>	96940
<i>Вычислительная техника и математика</i>	77230
<i>Архитектура и инженерное дело</i>	75550
<i>Медицинские работники и технические специалисты</i>	71280
<i>Бизнес и финансы</i>	67690
<i>Биологические науки, естествознание и социология</i>	66390
<i>Сфера продаж (элитных продуктов)</i>	61484
<i>Искусство, дизайн, индустрия развлечения, спорт и СМИ</i>	52290
<i>Образование, профессиональная подготовка и библиотечное дело</i>	50440
Рабочий класс	36991
Обслуживающий персонал	29188
Сельское хозяйство	24324
Все профессии	44410

Источник: сост. авторами на основе данных [4]

В развитых странах в последние годы рабочая сила, обладающая высоко развитыми творческими способностями, новаторским потенциалом, стала одним из решающих факторов современного конкурентного рынка. Качество рабочей силы непосредственно влияет на доходность предприятий, поэтому в развитых странах проводится государст-

венная политика по развитию трудовых ресурсов. Одним из ее направлений является массовая интеллектуализация труда. Придается важное значение выравниванию общего образования трудовых ресурсов. В большинстве стран постоянно растут затраты на высшее образование, что повышает качество рабочей силы (см. табл. 2).

Таблица 2

**Уровень национальных расходов на образование, 2014**

Страна	Расходы на образование
Россия	4,1
Казахстан	3,1
США	5,4
Великобритания	5,6
Швеция	7,3
Япония	3,8
Франция	5,9
Австралия	5,1

Источник: сост. авторами на основе данных [5]

В России и Казахстане доля затрат на образование остается сравнительно низкой и составляет 4,1 и 3,1 % к ВВП соответственно. Нормой в современном мире считается уровень 5-6% к ВВП. Например, в странах ОЭСР в среднем он составляет 6,2% к ВВП [5].

Сильной стороной казахстанского и российского образования является получение хорошей теоретической базы, однако, есть существенные недостатки с точки зрения умения применять знания на практике.

В условиях становления креативной экономики необходимо изменить подходы к системе образования, также усилить роль креативных и естественно-научных дисциплин.

Авторская постановка проблемы и выдвижения гипотез условий креативности экономики

Важным условием развития креативной экономики является благоприятная возрастная структура трудовых ресурсов страны.

В качестве гипотезы, проверяемой в рамках данного исследования, выступило следующее положение: существует ли корреляция между возрастной структурой рабочей силы и эффективностью реализации потенциала креативного класса?

Результаты многих исследований, посвященных анализу биографий ученых, композиторов, писателей и художников, свидетельствуют о том, что пик творческой активности человека приходится на период с 30 до 42-45 лет. С годами творческие и жизненные силы иссякают, а для их восстановления и

сохранения требуются внешние и внутренние усилия [6].

Например, Р.Вудвор отмечал, что наиболее благоприятный для креативных открытий возраст – 20-40 лет, а людьми среднего и старого возраста сделано незначительное число открытий. И.Я. Перна, проанализировав биографии нескольких сотен ученых, пришел к выводу, что пик творческой активности, определенный по датам опубликования важнейших трудов, открытий и изобретений приходится на 39 лет, затем наступает медленный спад. По его данным наиболее ранний пик творческой активности наблюдается у математиков (25-30 лет), физиков (25-35 лет), затем идут представители других естественных наук (35-40). Е. Маниш и Г.Фальк изучили соотношение возраста и творческими достижениями лауреатов Нобелевской премии. Полученные результаты показали, что пик приходится на третье десятилетие жизни [7].

В настоящий момент развитые страны переживают длительный спад рождаемости, тем самым в структуре населения растет количество экономически неактивных пожилых людей, а численность трудоспособного населения от 20-55 лет по отношению ко всему населению сокращается. Частично данная тенденция решается за счет мигрантов из развивающихся стран мира [8].

В этом отношении страны с транзитивной экономикой, в том числе Россия и Казахстан обладают определенными преимуществами в кадровом потенциале за счет высокой рождаемости населения (см. табл.3).

Возрастная структура трудовых ресурсов, 2014

Страна	Возраст						
	Всего	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
США	100	13,5	22,1	20,7	21,6	16,5	5,6
Великобритания	100	13,7	22,7	21,7	23,7	14,5	3,7
Япония	100	8	17,9	23,4	21,7	17,7	11,3
Австралия	100	16,8	23,2	21,5	20,6	14,3	3,6
Россия	100	9,2	28	24,4	24,7	12,3	1,2
Казахстан	100	12,8	32,1	22,8	22,7	9,1	0,5

Источник: сост. авторами на основе данных [9]

Однако, как в российском, так и казахстанском обществе существуют реальные проблемы для развития и реализации потенциала креативного класса.

Одна из них – это миграция представителей креативного класса, квалифицированных специалистов высокотехнологичных отраслей, творческой интеллигенции, талантливых менеджеров и финансистов за рубеж, которая приводит к серьезной утрате интеллектуального, творческого и научного потенциала, что обрекает на дальнейшее развитие наиболее капиталоемких топливно-сырьевых отраслей. По оценкам экспертов, только за период с начала рыночных преобразований Россия потеряла примерно одну треть своего научного потенциала. Среди потерь как представители научных школ, имеющих мировой уровень (математические, естественные, технические, гуманитарные науки), так и многих других направлений. Причем, из страны уезжают, как правило, молодые ученые, что ведет к существенному росту среднего возраста научных работников. Потеря высококвалифицированных специалистов креативного класса оборачивается тем, что российское общество, затратив значительные финансовые ресурсы на подготовку ученых, менеджеров, специалистов, банкиров, представителей творческой интеллигенции, не только не получило ожидаемой отдачи в виде возможности нормального развития страны и общества в будущем, но и безвозвратно потеряло затраченные средства.

Эффективным инструментарием для недопущения дальнейшего развития подобной негативной тенденции является создание системы стимулов и внутренней мотивации

трудовой деятельности. Эти изменения связаны с относительным сокращением стандартной организации рабочего времени, увеличением оплаты труда, роста мобильности на рынке труда, развитием гибких условий занятости, чередованием профессиональной активности и личного времени, возможностью получения новых навыков и профессионального роста. Профессиональная деятельность должна быть ориентирована, прежде всего на результат, а не на регламентацию самого процесса труда. Например, в США по гибкому расписанию работают трое из пяти ученых и только один из девяти операторов станочников.

Важным направлением развития креативной экономики является ее территориальная привязка. Креативная деятельность традиционно концентрируется на территории городов, так как в основном в городах создано благоприятное пространство для притяжения креативных талантов.

Флорида выделяет следующие приоритеты креативного класса при выборе места жительства:

- наличие плотного рынка труда, что обеспечивает им мобильность в смене места работы в городе без смены места жительства.

- образ жизни, который хотят вести креативные специалисты, связанная с возможностью яркого, насыщенного проведения досуга: как культурного, так и спортивного.

- наличие в городе представителей различных культурных, политических, религиозных взглядов, любых рас и национальностей. Подобная атмосфера воспринимается креативными специалистами как стимул к развитию.

тивным классом как индикатор открытости среды новым идеям и возможностям [3].

В настоящее время большинство населения мира живёт в городах и эта доля продолжает расти. Однако, несмотря на то, что быстрый рост городов наблюдается практически во всех странах мира, уровни урбанизации

в разных географических регионах неодинаковы. Например, страны Африки, Центральной и Южной Азии, в том числе Казахстана и в меньшей степени Россия остаются преимущественно сельскохозяйственными (см. табл. 4).

Таблица 4

**Структура размещения трудовых ресурсов, 2014**

Страна	Размещение трудовых ресурсов		
	Всего	Город	Сельская местность
США	100	84,1	15,9
Великобритания	100	87,4	12,6
Япония	100	92,5	7,5
Австралия	100	65,5	34,5
Россия	100	76,3	23,7
Казахстан	100	54,6	45,4

Источник: сост. авторами на основе данных [9]

В связи с этим проверялась *следующая гипотеза* о том, каким образом влияет невысокий уровень урбанизации России и Казахстана на развитие креативной экономики?

Креативная деятельность успешней всего реализуется в городской среде. В городах находятся университеты, научно-исследовательские центры, обеспечивают мобильность специалистов и творческих идей, благодаря развитой транспортной и информационной инфраструктуре.

Наилучшие предпосылки формирования креативных территории имеются в Казахстане у городов Алматы и Астана. В Алматы уже получили развитие многие креативные отрасли. Здесь расположены самое большое по стране количество научных учреждений, вузов, театров, музеев, сформировался крупный рынок рекламы, медиа, туризма, проводятся разнообразные фестивали и концерты. Новым толчком послужит проведение зимней Универсиады-2017. Все это позволяет сформировать креативную основу самого крупного города Казахстана как культурного центра Центрально-азиатского региона.

Укрепляет свои креативные позиции и Астана, с характерной более узкой специализацией, но обладает потенциалом для качественного креативного прорыва. В Астане за последние годы создана благоприятная инфраструктура и атмосфера креативности, обусловленные статусом столицы, а также потенциалом создаваемым на базе ЭКСПО-2017. Наиболее благоприятным сценарием

использования инфраструктуры ЭКСПО после завершения выставки станет развитие кластера креативных индустрии и услуг. На фоне двух крупных городов республики, скорее всего, будут развиваться возможности других городов, таких как Караганда, Шымкент, Усть-Каменогорск, Павлодар. Их креативный профиль преимущественно связан с развитием научно-образовательного сектора [10].

Особенностью России, выгодно отличающей ее от большинства постсоветских стран является наличие в стране двух мегаполисов – Москва и Санкт-Петербург, и городов миллионников, таких как Новосибирск, Екатеринбург, Красноярск, Нижний Новгород и Казань. Они уже заняли свою креативную нишу среди мировых городов. Касательно других городов России ситуация аналогична Казахстану.

Существенным препятствием формированию креативного класса и развитию креативной экономики для стран с переходной экономикой (Россия, Казахстан) может стать низкая степень диверсификации экономики.

В России и Казахстане вместе с развитой промышленностью, высокую долю в структуре ВВП имеет аграрный сектор. Сфера услуг, которая является проводником развития креативных секторов в сравнении с развитыми странами значительно уступает (см.рис. 5).

В качестве постановки проблемы научного исследования выдвинут вопрос: можно ли считать, что страны с узкой специализацией могут перейти в фазу креативной экономики через традиционные отрасли?

**Структура отраслей экономики, 2014**

Страна	Услуги	Промышленность и строительство	Сельское хозяйство
США	81%	17%	2%
Великобритания	80%	19%	1%
Австралия	73%	22%	5%
Япония	71%	25%	4%
<b>Россия</b>	<b>65%</b>	<b>28%</b>	<b>7%</b>
<b>Казахстан</b>	<b>54%</b>	<b>40%</b>	<b>6%</b>

Источник: сост. авторами на основе данных [9]

В сложившейся ситуации, когда Россия и Казахстан имеют относительно невысокий уровень развития по основной номенклатуре креативных товаров и услуг имеет смысл использовать конкурентные преимущества в аграрном секторе для развития таких отраслей как ремесла и дизайн [11].

Производство одежды, аксессуаров, предметов домашнего обихода, предметов ремесленного искусства имеют определенный потенциал развития, который при успешной реализации может стать мостиком при переходе к фазе креативной экономики.

Одной из гипотез, выдвигаемых в исследовании является следующее: уровень технического прогресса в значительной степени определяется стоимостью отдельных факторов производства.

Умение оптимально соотносить факторы производства, понимая проблему пределов замещения одного фактора другим, является особым искусством. В настоящее время в научной литературе к общепринятым трем факторам производства – капиталу, земле, и труду (Ж.Б.Сэй – «Трактат по политической экономии», 1803), со времен А. Маршала («Принципы экономикс», 1890) принято относить организацию производства, позднее в трудах А. Тоффлера встречалось предложение дополнить список ресурсов производство информацией. Основоположник современной теории предпринимательства Й. Шумпетер в работе «Теория экономического развития» (1911) утверждал, что предпринимательство относится к факторам производства. В зарубежной литературе иногда среди факторов выделяется менеджмент предприятия (Fuchs S., 1995; Mohr S., 1999)[12].

На наш взгляд, ряд факторов могли быть уточнены с учетом современного порядка ведения бизнеса, в частности, например, под менеджментом как фактора производства в постиндустриальной экономике следует понимать инновационный менеджмент, под ор-

ганизацией производства – научную организацию производства труда. Так как не вся информация может быть связана с факторами производства, то в уточняющем варианте к факторам следует отнести только ту информацию, которая может влиять на технологический прорыв.

Проанализировав предметную область информации и ее классификацию по содержанию можно выделить следующие виды информации, которые могут быть связаны с креативной экономикой – это биржевая и финансовая, коммерческая, деловые новости, научно-техническая, правовая, медицинская, потребительская, развлекательная и бытовая информация. Проведя иерархию важности информации по предметным областям нельзя бытовую, потребительскую и развлекательную информацию выводить за рамки фактора производства, так как данный блок информации формирует креативный класс, хотя на прямую и не является фактором производства. Однако, в креативной экономике косвенно мы можем отнести их как к фактору, формирующий креативный класс.

**Заключение**

Мировая практика показывает то, что развитые страны все больше осознают значение креативного сектора для будущего экономического развития, тем самым наращивая творческий потенциал в этой сфере. Креативная экономика стала одним из ведущих драйверов развития, вытеснив традиционные отрасли промышленности и сельского хозяйства. Стратегические планы развития таких стран как США, Гонконга, Сингапур и др. направлены на создание благоприятных условий для развития творческого потенциала людей, поддержку креативных отраслей, и защиту прав интеллектуальной собственности.

Таким образом, в сложившихся условиях России и Казахстана необходимо ускорить процесс трансформации действующей экономической системы, и создать благоприят-

ные условия для перехода в фазу креативной экономики. В первую очередь, это увеличение затрат на развитие основных секторов креативной экономики – образование, наука, здравоохранение, спорт, культура. Во-вторых, это создание системы стимулов инновационной деятельности внутреннего содержания. В третьих развитие инфраструктуры креативного сектора через создания образовательных организации, научно-исследовательских центров, строительства объектов сферы культуры и спорта и др. В-четвертых, важным условием является государственная поддержка креативного сектора, и выделение ее в качестве приоритетного направления развития экономики страны.

#### Библиографический список

1. Хокинс, Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги : учебник / Дж. Хокинс ; пер. с англ. – М. : Классика XXI, 2011. – 256 с.
2. Лэндри, Ч. Креативный город : учебник / Ч. Лэндри ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Классика-XXI», 2006. – 399 с.
3. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее : учебник / пер. с англ. Р.Флорида. – М. : Издательский дом «Классика-XXI», 2005. – 421с.
4. U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, Occupational Employment Statistics (OES) Survey, 2010. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.bls.gov/oes/>
5. Рейтинг стран мира по уровню расходов на образование [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://data.worldbank.org/>
6. Rolf g. Heinze. The Creative Economy: Vision or Illusion in the Structural Change? / Rolf g. Heinze, Fabian Hoose // European Planning Studies Journal – Germany, 2013. 516- 533 p.
7. Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности : учебник / Е.П. Ильин. – СПб. : Изд.Питер, 2009. – 448 с.
8. Dagmar Veselá. Knowledge-based Economy vs. Creative Economy / Dagmar Veselá, Katarína Klimová // Procedia - Social and Behavioral Sciences 141 – Slovakia, 2014. – 413 – 417 p.
9. International Labour Organization «Statistics and Database» [Электронный ресурс] / режим доступа: <http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/lang--en/index.htm>
10. Альжанова, Ф.Г. Креативная экономика: синергия культуры, бизнеса и технологии (Мировая практика и Казахстан) : учебное пособие / Ф.Г. Альжанова, Ф.М. Днишев. – Вена, Австрия : Ассоциация перспективных исследований и высшего образования «Восток-Запад», 2015. – 276 с.
11. Патласов, О.Ю. Условия перехода к фазе креативного развития экономик Казахстана и России / О.Ю. Патласов, Е.К. Жаров // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – Омск : Изд-во НОУ ВПО «ОмГА», 2016. – № 2(24).

12. Патласов, О.Ю. Организация производства и предпринимательства в АПК : учебное пособие / О.Ю. Патласов, Ф.Я. Начитов, Ф.К. Шакиров – Омск : Изд. ФГОУ ВПО ОмГАУ, 2004. – 596 с.

#### FORMING OF THE CREATIVE CLASS IN THE CONDITIONS OF NEW ECONOMIC REALITY

*O. Yu. Patlasov*

**Abstract.** Dependence between age structure of labor power and efficiency of implementation of creative potential of a creative class is disclosed. Influence of urban saturation of the country on development of creative economy is studied. Possibilities of the countries with narrow specialization to transition to a phase of creative development through traditional industries are revealed. It is proved that the level of technical progress is to some extent determined by the cost of separate production factors.

**Keywords:** creative economy, creative class, creative city, creative environment, creative sector.

#### References

1. Hawkins J. Creative economy. How to turn ideas into money: The textbook of the lane with English/J. Hawkins. – M.: Classics of XXI, 2011. – 256 p.
2. Lendri Ch. Creative city: The textbook of the lane with English / Ch. Lendri. - M.: Classic-XXI publishing house, 2006. – 399 pages.
3. Florida River. Creative class: people who change the future: The textbook of the lane with English / R. Florida. - M.: Classic -XXI publishing house, 2005. – 421 p.
4. U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, Occupational Employment Statistics (OES) Survey, 2010. [Electronic resource] / access Mode: <http://www.bls.gov/oes/>
5. A rating of the countries of the world on the expense level on education [An electronic resource] / the access mode: <http://data.worldbank.org/>
6. Rolf g. Heinze. The Creative Economy: Vision or Illusion in the Structural Change? / Rolf g. Heinze, Fabian Hoose//European Planning Studies Journal – Germany, 2013. 516-533 p.
7. Ilyin E.P. Psychology of creativity, creativity, endowments: textbook / E.P. Ilyin. – SPb.: Prod. St. Petersburg, 2009. – 448 p.
8. Dagmar Veselá. Knowledge-based Economy vs. Creative Economy/Dagmar Veselá, Katarína Klimová//Procedia - Social and Behavioral Sciences 141 – Slovakia, 2014. 413 – 417 p.
9. International Labour Organization "Statistics and Database" [An electronic resource] / access mode: <http://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/lang--en/index.htm>
10. Alzhanova F.G., Dnishev F.M. Creative economy: synergy of culture, business and technology (World practice and Kazakhstan): Education guidance / F.G. Alzhanova, F.M. Dnishev. - Vienna, Austria: Association perspective research and the higher education "East-West", 2015 - 276.

11. Patlasov O. Yu., E.K's Heats. Conditions of transition to a phase of creative development of economies of Kazakhstan and Russia//Science about the person: humanitarian researches. – Omsk: Publishing house "OMGA", 2016. – No. 2(24).

12. Patlasov O. Yu. Production organization and entrepreneurs in agrarian and industrial complex: The education guidance / O. Yu. Patlasov, F.Ya. Natchitov, F.K. Shakirov – Omsk: Prod. FGOU VPO OMGAU, 2004. – 596 pages.

*Олег Юрьевич Патласов, доктор экономических наук, профессор, Омский региональный институт, Омская гуманитарная академия e-mail: opatlasov@mail.ru; Ержан Каирович Жаров, аспирант, Омская гуманитарная академия, e-mail: zharov-05@mail.ru.*

*Oleg Yuryevich Patlasov, the Doctor of Economics, professor, Omsk regional institute, Omsk humanitarian academy, e-mail: opatlasov@mail.ru; Yerzhan Kairovich Zharov, graduate student, Omsk humanitarian academy, e-mail: zharov-05@mail.ru.*

УДК 330.4:330.48

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ С УЧЕТОМ РИСКОВ

Е.А. Штеле<sup>1</sup>, М.А. Гусева<sup>2</sup>, Л.А. Руди<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС)

<sup>2</sup>Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

<sup>3</sup>Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС)

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема учета риска и неопределенности при принятии решения об инвестировании. При этом проводится анализ существующих методов оценки риска инвестиционных проектов. В работе приведены определение, авторская классификация рисков, присущих инвестиционным проектам, разграничивающая риски по группам и по стадиям осуществления инвестиционного проекта. Авторами разработана поэтапная методика учета рисков путем включения рискованной надбавки в ставку дисконтирования, сочетающая в себе качественные и количественные методы оценки рисков.

**Ключевые слова:** оценка риска, риск инвестиционного проекта, учет рисков.

### Введение

Эффективность инвестиционного проекта зависит от показателей, измеряющих полученный эффект с затратами на его реализацию. Однако, помимо этого, любой инвестиционный проект неразрывно связан с рисками, поэтому крайне важным аспектом оценки рисков инвестиционных проектов является их своевременное выявление, учет и оценка влияния на показатели эффективности и риск возможностей устранения.

На практике, как правило, в модель инвестиционного проекта включается надбавка за риск, без описания метода расчета и учета специфических особенностей проекта. Несмотря на наличие трудов по оценке рисков инвестиционных проектов в отечественной и зарубежной литературе, единого подхода и главного алгоритма оценки рисков, сочетающих в себе как качественные, так и количественные методы на настоящий момент не представлено.

Целью настоящей статьи - разработка методики поэтапной оценки рисков инвестиционного проекта. В соответствии с целью были поставлены **задачи:** определить понятие и виды инвестиционных рисков; обобщить существующие методики оценки рисков инвестиционного проекта; предложить методику поэтапной оценки рисков инвестиционного проекта.

### Определение и классификация рисков

Существование риска при инвестировании связано с трудностями в прогнозировании будущих событий с высокой точностью. Существует три фактора, искажающих расчеты инвестиционного проекта: отсутствие или неполнота информации относительно того, что может повлиять на деятельность организации; неопределенность поведения покупателей и конкурентов; случайные события, такие как форс-мажорные обстоятельства. Поэтому риск - это возможность отклонения не только в сторону ухудшения фактических по-