МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А.Н. КОСЫГИНА (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»

М Е Ж Д У Н А Р О Д Н Ы Й
К О С Ы Г И Н С К И Й Ф О Р У М – 2019
«СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СИМПОЗИУМ

«ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Часть 1

МОСКВА
29-30 октября 2019 г.

Э40

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного Косыгинского Форума «Современные задачи инженерных наук» (29-30 октября 2019 г.). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019, Часть 1. – 307 с.

В сборник включены научные статьи российских и зарубежных ученых, представленные на Форум, в которых рассматриваются вопросы экономических аспектов работы предприятий обрабатывающего комплекса, проблемы управления предприятиями и бизнес процессами, современного маркетинга, развития инноваций и инвестиций в условиях реализации политики импортозамещения, а также экономические и социально-психологические аспекты повышения эффективности управления в промышленности и торговле, экономические и правовые ресурсы обеспечения экономической безопасности в промышленности и торговле. Материалы сборника предназначены для преподавателей вузов, аспирантов, научно-технических и инженерно-технических работников различных отраслей промышленности и агропромышленного комплекса.

Редакционная коллегия

Белгородский В.С. – ректор, Кащеев О.В. – проректор по научной работе, Зотов В.В. – директор института социальной инженерии, Виноградова Ю.В. – начальник отдела научно-исследовательских работ, Николаева Н.А. – ведущий инженер отдела научно-исследовательских работ, Мишаков В.Ю. – зав.кафедрой коммерции и сервиса, Радько С.Г. – зав.кафедрой экономики менеджмента, Лебедев С.Я. – зав.кафедрой экономической безопасности, аудита и контроллинга, Зотикова О.Н. – профессор кафедры экономической безопасности, аудита и контроллинга, Зернова Л.Е. - доцент кафедры коммерции и сервиса

ISBN 978-5-87055-803-5

© ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019
© Авторы статей, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА

1 **Силаков А.В., Белгородский В.С., Генералова А.В.** ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭКСПАНСИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ЗАМЕЩЕНИЯ ХЛОПКА ЛЬНОМ……. 7

2 **Иванов В.В., Мезенцева Е.В., Силаков А.В.** К ПРОБЛЕМЕ ЗАВИСИМОСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТИЛЯ ОТ УГЛЕВОДОРОДНОГО СЫРЬЯ……... 10

3 **Зернова Л.Е., Абдуаххаров С.** ВЛИЯНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ……. 16

4 **Зернова Л.Е.** РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ……. 18

5 **Маракушин А.А., Дружинина И.А.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ……... 22

6 **Дружинина И.А., Генералова А.В., Шильцова А.В.** ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ…… 26

7 Иващенко Н.С. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ…… 30

8 **Малюков Ю.А., Силаков А.В.** ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ РАБОТЫ ПО ГОСКОНТРАКТАМ.. 34

9 **Ерохин Е.С., Зернова Л.Е.** ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ…….. 35

10 **Шальмиева Д.Б.** ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ОБРАБАТЫВАЮЩЕМ КОМПЛЕКСЕ КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ……... 39

11 **Страчкова Е.Г.** СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ ОБУВИ В РФ… 43

12 **Ларионова А.А.** ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РФ……. 47

13 **Шестов А.В.** ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБРАБОТКИ ПЛАЗМОЙ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ, ПРИМЕНЯЕМОЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА РАБОЧЕЙ И СПЕЦИАЛЬНОЙ ОБУВИ……. 51

14 **Ильина С.И.** ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ…… 56

15 **Трифунтов А.И., Ханикова Н.Ю.** ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ПАССАЖИРСКИХ АВТОПЕРЕВОЗОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ…… 59

16 **Голованова А.Е.** РОССИЙСКО-ИНДИЙСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ…….. 63

17 **Трифунтов А.И., Минина Д.С.** ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ…… 66

18 **Louwrens Wouda, Gert Stremmelaar**. ACTIVE LEARNING IN THE CLASSROOM – A METHOD FOR TEACHING ECONOMICS…….. 69

19 **Выходцева Г.П.** МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ С УЧЕТОМ КОЭФФИЦИЕНТА, ОТРАЖАЮЩЕГО КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНАХ…….. 72

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И БИЗНЕС ПРОЦЕССАМИ. МАРКЕТИНГ

1 **Аснович Н.Г.** СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС–ПРОЦЕССЫ МАРКЕТИНГА…….. 75

2 **Башин Ю.Б., Борисова К.Б.** К ВОПРОСУ О БАЗОВОЙ КОМПЛЕКТАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ…… 78

3 **Богатырева В.В.** ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ ЭКОНОМИК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ…….. 82
4 **Ванкевич Е.В.** ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ…… 87
5 **Веренич Н.Г.** УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ…… 91
6 **Галкин Е.Б.** ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX - НАЧАЛА XXI ВЕКА……... 94
7 **Тачмурадов С.Б., Генералова А.В.** ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ…… 98
8 **Гулиев Э.Н.** МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ……. 101
9 **Дружинина И.А.** ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ БРЕНДОВОГО ПОРТФЕЛЯ КОМПАНИИ……. 105
10 **Дружинина И.А., Бушина А.В.** ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЙТИНГОВЫХ СИСТЕМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ…….. 109
11 **Зборина И.М.** МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ИНФРАСТРУКТУРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КЛАСТЕРА…….. 113
12 **Иващенко Н.С.** КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ: ВИДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ…… 116
13 **Исааков Г.С.** ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТАМИ В СЕКТОРЕ B2B……. 121
14 **Исааков Г.С.** ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ОТДЕЛОВ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ В СЕКТОРЕ B2B…….. 125
15 **Каунова Н.Л.** УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ЗАКАЗОВ В ЛОГИСТИКЕ……... 128
16 **Мальцевич Н.В., Мальцевич И.В.** РЕГУЛИРОВАНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ……. 133
17 **Мамедов Ф.А., Исмаилов В.А.** ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК АЗЕРБАЙДЖАНА И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕСПУБЛИКИ..... 137
18 **Матис И.Д., Кончевский А.И.** ПРАКТИКА ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ……. 140
19 **Мирошниченко Е.Н.** МАРКЕТИНГ НОВЫХ ИДЕЙ, МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬ…….. 143
20 **Нефедова Л.В.** ОЦЕНКА СТОИМОСТИ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ ПО ЭТАПАМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА……... 147
21 **Оленева О.С., Песчанникова А.Р., Ордынец А.А.** К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ……..... 151
22 **Папенкова К.Э.** ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИА-МИКСА РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ……... 153
23 **Першукова С.А., Политова Р.В.** СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ…….. 156
24 **Политова Р.В.** ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГЛАМЕНТАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ……... 159
25 **Пришляк Е.А.** ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА.... 164
26 **Пришляк Е.А., Радько С.Г.** ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛИЗМА РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ…….. 168
27 **Пурыскина В.А.** ГУМАНИЗАЦИЯ УСЛОВИЙ ТРУДА В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА. 172
28 **Радько С.Г.** ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТНИКА……. 176

29 **Радько С.Г., Дембицкий С.Г.** ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА……..... 180
30 **Репин С.С.** ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В ИНТЕРЕСАХ ЧЕЛОВЕКА ТРУДА..... 184
31 **Репин С.С.** ПРЕДНАЗНАЧЕННОСТЬ ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ВСЕХ ЛЮДЕЙ – ОСНОВА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ…… 188
32 **Рощина Е.В., Нестерова В.А.** ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ КАЧЕСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ……..... 192
33 **Салахова Ю.Ш.** ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ КАК ФАКТОРОМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА……... 198
34 **Сарченко В.И., Староватов Г.Ф.** ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОТРАСЛИ…… 202
35 **Семашко Ю.В.** ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ……... 207
36 **Сидорова А.М.** ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ……... 210
37 **Силакова В.В.** ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ НЕПРЕРЫВНЫХ ОТРАСЛЕЙ……... 214
38 **Сомкова М.Ю., Иващенко Н.С.** ПОВЫШЕНИЕЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПОРТФЕЛЯ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИИ…… 217
39 **Сопилко Н.Ю.** ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕГО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА ГОСУДАРСТВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА…… 221
40 **Сыцко В.Е., Багрянцева Е.П., Кузьменкова Н.В.** ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ НА ОСНОВЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ……. 224
41 **Тушинская К.В.** КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ГЕНЕЗИС И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ…..... 228
42 **Фадина О.Н., Николаева Л.Н.** ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА……. 234
43 **Халова Г.О., Иллерицкий Н.И.** РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА В КОНТЕКСТЕ НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ…… 238
44 **Цветкова Г.С.** МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ПРАКТИКЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ……. 241
45 **Чернягин С.В.** КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ……... 244
46 **Яшева Г.А.** КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ В КОНТЕКСТЕ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ…… 248

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ РЕСУРСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

1 **Алауханов Е.О.** УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОХРАНЫ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА……... 252
2 **Алауханов Е.О., Бекмагамбетов А. Б., Курманалинов Е.Ж.** ЦИФРОВОЕ ПРАВО-ПРАВО БУДУЩЕГО: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ……... 256
3 **Галузо В.Н.** ОБ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРЕСТУПЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ…… 260
4 **Гапоненко В.Ф.** КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С ЭКОНОМИЧЕСКИМИ И НАЛОГОВЫМИ ПРАВОНАРУШЕНИЯМИ И ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ В

НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ……. 264
5 **Демидова И.А.** ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И КРИТЕРИЙ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА…… 267
6 **Килясханов Х.Ш.** ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СКФО РОССИИ…… 271
7 **Першин А.Н.** ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЛИЦАМИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМИ РАССЛЕДОВАНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……. 275
8 **Сараджева О.В.** ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ САНКЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА НАЦИОНАЛЬНОЕ ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО РОССИИ…….. 279
9 **Фадеев В.Н.** РЕГУЛИРУЕМЫЙ ПЕРЕХОД К РЫНКУ – ОСНОВА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ…… 282
10 **Эриашвили Н.Д.** ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ……... 291
11 **Лебедев С.Я.** ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕНСИФИКАЦИИ УЧЕБНО-НАУЧНОГО ПРОЦЕССА ПО СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»……. 294
12 **Уткин В.А.** ВИКТИМОЛОГИЯ ПРОТИВ ПРЕСТУПНОСТИ…… 299
13 **Гладких В.И.** НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ……... 303

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕГО КОМПЛЕКСА

УДК 658.8

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭКСПАНСИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ЗАМЕЩЕНИЯ ХЛОПКА ЛЬНОМ
TECHNICAL AND ECONOMIC ASSESSMENT OF THE EXPANSION OF TEXTILE INDUSTRY ON THE BASIS OF COTTON SUBSTITUTION WITH FLAX

Силаков Алексей Викторович, Белгородский Валерий Савельевич, Генералова Анна Владимировна
Silakov A.V., Belgorodsky V.S., Generalova A.V.

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: avsilakov@mail.ru)

Аннотация: В данной статье оценен потенциал отечественного рынка при реализации проекта по коттонизации.

Abstract: The paper deals with estimation of local market potential under implementation of cottonization project.

Ключевые слова: легкая промышленность, лён, коттонин, коттонизация.

Keywords: light industry, flax, cottonine, cottonization.

На сегодняшний день ситуация в части обеспечения натуральным сырьем деятельности предприятий легкой и текстильной промышленности является достаточно напряженной, при этом следует отметить разные корни проблем для разных типов волокон (если для шерсти это скорее проблемы технологического уровня развития отечественного овцеводства, то для хлопка это проблемы скорее геополитические и связанные с изменением границ государства).

Текстильная промышленность России на сегодняшний день продолжает оставаться хлопкозависимой (по причинам технологического характера, связанным с наличием парка оборудования), и, хотя, сохранившиеся предприятия в целом адаптированы к закупкам среднеазиатского хлопка по международным ценам, которые определяют ценообразование на текстильное сырье в России с 1990-ых годов после выхода Узбекистана и его соседей на мировой рынок, изменения экономической ситуации в Центральной Азии уже в ближайшее время могут создать ситуацию острейшего дефицита вплоть до полного отсутствия хлопкового сырья для отечественной промышленности. Назовем эти факторы:

Подобный весьма реалистичный сценарий в случае его реализации будет иметь весьма плачевные последствия для хлопокозависимой отечественной текстильной промышленности, так как будет прекращено не только прядильное производство (которое к настоящему времени в России уже весьма незначительно с объемами 58 тыс. тонн в год (табл. 3)), но также велик риск прекращения и ткацкого производства, что уже имеет стратегическое значение, так как в как минимум части производства обмундирования затрагивает сферу обороноспособности.

Осознание подобных перспектив заставляет отечественные бизнес-круги и даже государство обращаться к проблеме поиска путей замещения хлопка иными волокнами, и можно отметить 2 основных направления, прорабатываемых в настоящее время:

1. Развитие производства синтетических, прежде всего полиэфирных волокон

хлопковой штапельной диаграммы. Тут можно отметить продвигаемый с переменным успехом проект Ивановского полиэфирного химико-текстильного кластера.

2. Развитие льноводства и переработки льна (Поручение Президента РФ ПР-1776 от 24.08.2017), одним из направлений которого является реализация технологии котонизации льноволокна, которая теоретически позволяет получить сырье-заместитель для хлопка.

Принципиально производство льна является традиционным для России, а по климатическим условиям оптимальным и привлекательным для реализации в рамках сельского хозяйства Нечерноземной зоны. Поэтому оценка ключевых рыночных факторов текстильной отрасли, значимых для разработки стратегии развития производства льна и котонизации, является актуальной научной проблемой экономики текстильной промышленности на текущем этапе. Объем мирового производства текстильных волокон может быть оценен в 100 миллионов тон. Доля льняных волокон составит 0,3% от мирового тоннажа текстильных волокон (300 тысяч тонн).

Низкая доля льняных волокон в балансе сырья отрасли в целом соответствует современным мировым тенденциям, однако использование потенциала льноводства и развития льнопереработки – может быть также сопутствующим фактором конкурентоспособности национальной экономики.

Определим потенциальный объем потребности при существующих мощностях производства текстильной продукции в России для коттонина (сфера хлопчатобумажных тканей). Порядка 80% хлопчатобумажной пряжи, вырабатываемой в России, используется для ткацкого производства, остальные 20% – для трикотажного. При этом в ткацком производстве бóльшая часть пряжи является покупной и импортируется из Казахстана и Узбекистана.

• Для краткосрочного горизонта планирования использование коттонина ограничивается существующей прядильной мощностью. Определить ее размер условно можно на основании данных Росстата, как отношение объема производства пряжи к коэффициенту использования мощностей. Таким образом, мощность хлопчатобумажного прядения составит 58 тыс.тонн/50% = 116 миллионов тон.

Выход пряжи из хлопка (смеси) составляет 85%. Исходя из этого потребность в волокне тогда составит 135 тысяч тонн волокна – установленная мощность в прядении на сегодня в России по волокну.

Потребление коттонина в прядении определяется фактором доминирования пневмомеханического прядения в России, для которого оптимально допустимым уровнем применения коттонина в смеси является 30%, что связано с падением эффективности работы роторов прядильных машин при более высокой доле содержания коттонина, и выпадением его в угары в кардочесании. Исходя из этого предел потребления коттонина и мощности его производства составит: 135·0,3 = 40 тыс. тонн, что соответствует 40-50 тысячам Га дополнительных посевов льна-долгунца.

Реальный объем производства коттонина будет определяться спросом хлопкопрядильной отрасли, то есть в текущих условиях – не более 20 тыс. тон.

• Для среднесрочного горизонта планирования использование коттонина ограничивается существующей ткацкой мощностью производства хлопчатобумажных тканей, при этом внедрение его потребует инвестиций со стороны текстильной промышленности в дополнительные прядильные мощности из расчета только на оборудование от 7 до 22 миллионов евро на 5000 тонн в год установленной мощности (в зависимости от выбора системы прядения: пневматическая или кольцевая), не говоря о стоимости строительно-монтажных работ, которая определяется размещением производств в новых или существующих цеховых зданиях, и в общем виде не может быть определена.

С учетом средней поверхностной плотности хлопчатобумажных тканей примерно 150 г/м2 объем выпуска их выпуска при переводе погонных метров в тоннаж составят 1160*0,15 = 174 тыс. тонн. При выходе ткани из пряжи на уровне 95%, расход пряжи определяется на уровне 174/0,95 = 184 тыс. тон.

При использовании стопроцентной установленной мощности отечественная хлопкоткацкая промышленность способна переработать: 184/0,5 = 368 тыс. тон пряжи. Что соответствует: 368/0,85 = 430 тыс. тон волокна – установленная мощность в прядении по волокну.

Для этого необходимо ввести дополнительно 295 тысяч тон прядильных мощностей (59 комплектов по 5000 тон мощности в год), инвестиционная стоимость которых (по оборудованию) составлит от 414 миллионов евро (вариант пневмомеханического прядения) до 1,3 миллиарда евро (вариант кольцевого прядения).

Использование пряжи с коттонином в ткачестве определяется фактором используемого ткацкого оборудования. На текущем этапе ткацкие цеха России оборудованы станками двух основных категорий:

- пневматическими, в основном современных импортных моделей, не позволяющими использовать льняную и льносодержащую пряжу по утку (в нитях основы это принципиально возможно на любых станках),

- станками, позволяющими перерабатывать льносодержащую пряжу по утку – в основном старыми советскими механическими бесчелночными станками (СТБ, АТПР) и в незначительном объеме современными импортными рапирными.

Из имеющихся в открытом доступе данных не представляется возможным определить точное соотношение между представленными типами оборудования. Для целей дальнейшего расчета данные представлены в равноценном объеме по 50%. Тогда на пневматических станках вложение льна будет только по нитям основы (примерно 50% от веса ткани, хотя сильно зависит от артикула), а на механчиеских станках – 100% пряжи может быть с вложением льна и по основе и по утку.

Предел потребления котонина с учетом ввода дополнительных прядильных мощностей зависит от выбора системы прядения:

- в случае продолжения политики выбора пневмомеханического прядения максимальное вложение коттонина в пряжу остается 30% и тогда потребует дополнительно 67 тысяч тонн котонина к 40 тыс. тонн, итого 107 тысяч тонн и до 130 тыс. га посевов льна.

- в случае политики перехода на кольцевое прядение максимальное вложение коттонина в пряжу может быть 100%, тогда это будет соответсвовать 220 тысячам тонн котонина дополнительно, итого 260 тысяч тонн коттонина и до 280-300 тыс. га посевов льна.

• Для долгосрочного горизонта планирования мощность производства коттонина ограничивается мощностью всей импортозамещаемой текстильной продукции, а также готовностью рынка принять коттонин в качестве одного из главных текстильных материалов, при этом также следует учитывать потребность в инвестициях в сопряженные прядильно-ткацко-отделочные мощности из расчета: 7-22 миллиона евро прядение, 5-8 миллионов на ткачество и 2-5 миллионов евро в отделке - на каждые 5000 тонн установленной мощности со сроком окупаемости до 10 лет и больше.

Более перспективным является использование коттонина для производства штапельных нетканых материалов (следует учитывать наличие экструзионных нетканых материалов, формуемых из расплава полимера, где использование натуральных волокон невозможно), которая характеризуется:

- бóльшими квадратными метражами производимой продукции (3890 млн кв. метров против 1161 млн. кв. метров),

- меньшими потребностями в инвестициях и более быстрыми сроками окупаемости,

- возможностями производства дополнительных объемов новых материалов за пределами существующих объемов даже без мероприятий импортозамещения.

Список литературы

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 N 145-ФЗ
2. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
3. Чернышова Ю.С., Генералова А.В. Методика оценки эффективности использования бюджетных средств для государственных или муниципальных учреждений культуры и бюджетных образовательных учреждений. [Текст]. – М.: Инновационное развитие легкой и текстильной промышленности: сборник материалов Всероссийской научной студенческой конференции. Часть 2. ФГБОУ ВО «МГУДТ». 2016. – С. 8-10
4. Ilin S.Yu. Современные тенденции развития управленческой деятельности. [Текст]. – Северодонецк: Часопис економічних реформ. 2016. № 1 (21). С. 6-10.

УДК 658.8

К ПРОБЛЕМЕ ЗАВИСИМОСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО ТЕКСТИЛЯ ОТ УГЛЕВОДОРОДНОГО СЫРЬЯ
TO THE PROBLEM OF TECHNICAL TEXTILE DEPENDENCE ON HYDROCARBONS

Иванов Владислав Викторович *, Мезенцева Елена Викторовна,**
Силаков Алексей Викторович**
Ivanov Vladislav Victorovich*, Mezentseva Elena Victorovna,**
Silakov Alexey Victorovich**

**ООО «Термопол», Холлофайбер®, Россия, Москва*
**Termopol LLC, Hollowfiber®, Russia, Moscow*
*** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва*
*** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: info@thermopol.ru)

Аннотация: Рассмотрены проблемы отсутствия в России сырьевой базы технического текстиля в виде производства полиэфирных полимеров и на основе них химических волокон.

Abstract: The problems of the absence in Russia of the raw material base of technical textiles in the form of production of polyester polymers and chemical fibers based on them are considered.

Ключевые слова: технический текстиль, сырьевая база, ископаемое сырье.

Keywords: technical textiles, raw material base, fossil raw materials.

В 2008 году в критической публикации академик Е. П. Велихов сделал на этом акцент, говоря об ущербности страны «первого передела», о заниженности стоимости ресурсов, об ориентации на экспорт любой ценой, о неизбежной бедности сырьевых стран и т.д. Спустя десятилетие фраза «завтра решать будет некому да и незачем » прозвучала вновь на научном форме по инновациям Smartex. На представленном фоне тем более парадоксально выглядит то, что, например, рынок ПЭТФ («нефть от нефти рожденная») в РФ анализируется преимущественно не через призму легпрома, а через рынок разливной тары и… покупательской способности населения (речь идёт о разного рода напитках (!), в том числе алкогольных.

Главной сырьевой угрозой в нашем сегменте можно считать то, что имея основную сырьевую составляющую (на которую, кстати, уже открыто, по заявлениям западных политиков претендуют другие государства, ибо Россия-де, не может эффективно распоряжаться сырьём!) мы, фактически, остались без сырья, без товарной цепочки, без ориентации на продукцию конечного передела. Парадокс: сырьё оставило нас без сырья! И при сохранении нынешнего подхода и при росте потребностей на материалы и технологии, сохраниться следующая зависимость: чем больше у нас будет сырья, тем меньше у нас будет сырья. По утверждению академика Е. П. Велихова [8], уход от сырьевой экономики был бы прямой борьбой с бедностью.

По данным д.г-м.н. А. И. Варламова, ВНИГНИ [9], на 2017 г. предельными объемами добычи являлось более 500 млн. тонн нефти и 540 млн. жидких углеводородов, и прорывные открытия разведки сырья (при общедоказанных по РФ более 12,74 млрд. тонн) - только предстоят в связи с низкой «опоискованностью» и разведкой месторождений. Российские эксперты утверждают, что снижение объемных и прогнозных показателей по сырью связано не с истощением запасов, а снижением поисковых работ. Мировые эксперты, в т.ч. ОПЕК с учётом исследований сланцевых технологий, синтезирования из других полезных ископаемых, переработки, утверждают, что углеводородного сырья может быть значительно больше, и мы видим различные механизмы сдерживания этого процесса, устанавливающего мировой финансовый, экономический и политический баланс, в т.ч.

военными и санкционными средствами.

По данным Союзлегпрома, ситуация в химической текстильной подотрасли характеризуется высокой, свыше 60% потребления, импортозависимостью. Экспорт соответствующей продукции за январь-август 2018 г. составил лишь 13 тыс. тонн (тот же период 2017 г. - 12,2 тыс. тонн), а импорт – 143 тыс. тонн (146,5 тыс. т); 30-40% объема импорта приходится на Белоруссию (с предприятий в Гродно, Могилеве, Светлогорске). Причем среди стран-поставщиков, в основном, те, которые перерабатывают российские нефть и газ в разнообразные продукты нефтегазохимии.

В настоящее время майнинговое углеводородное сырье используется преимущественно как: источники энергии (в большей части как тепловая, в т.ч. котельное топливо); «источники движения» (автомобильное и авиационное топливо). Они невозобновляемы и влекут за собой: 1) прямой расход сырьевого ресурса; 2) размен ресурса «на тепло» и «на движение».

В этом смысле существенно актуализируется задача сохранения энергии. Как мы понимаем, глубокая переработка углеводородного сырья, например, в несложные виды полиэфирных и иных волокон и создание из них, конструкций высокоэффективной термической изоляции (по аналогии с успешными разработками Холлофайбер® СОФТ, Холлофайбер® СТРОЙ, композиционные материалы на основе нетканых полотен Холлофайбер® и т.п.), способна существенно изменить представления о среде обитания человека, мира комфорта и тепла, а также о свойствах материалов, их получении, долговечности, пользе для глобальных природно-климатических и ресурсно-сырьевых балансных процессов. Итак, глубокая переработка углеводородного сырья (в том числе для нужд технического текстиля) необходима… для высокоэффективного расходования, углеводородного сырья, формирования его многоступенчатой маржинальности для внешних рынков, профессиональной занятости населения РФ.

Итак, главная угроза – открытый и актуализирующийся вопрос «Что нам делать с углеводородным сырьем»? Ряд стран заявил об отказе применять в ДВС «ископаемое топливо».

На фоне позитивных и диапазонных заявлений Минпромторга о том, что «российский химпром продолжает наращивать потенциал!» («…Сегодня в отрасли успешно работают порядка 1000 крупных и средних предприятий численностью свыше 500 тыс. человек. Теперь главная задача – это повышение конкурентоспособности отрасли и развитие импортозамещающих производственных площадок. Только в этом году было запущено 10 новых химических производств. Суммарный объем инвестиций по этим проектам составил порядка 30 млрд. рублей. Созданы сотни новых высокопроизводительных рабочих мест.

Чёткие постановки задачи для промышленности смогут повлиять на решение целого ряда проблемных на сегодняшний день вопросов. Приведем реализованный пример такой прямой постановки задачи. На её решение ушло почти 10 лет. Начало развития «полимодульной» (многослойной) системы экипировки, разработанной экспертами завода «Термопол» специально для нетканых рецептур Холлофайбер®, было положено в 2005 г. совместно с ФГБНУ «НИИ МТ» и внедрено в многочисленные изделия. «Полимодульная концепция» подразумевает наличие не менее двух слоев пакета одежды, внутри которых термоизоляционные нетканые материалы также могут быть включены по принципу многослойности. Такой подход существенно отличался от принятого на тот период взгляда на «утепленную одежду» (шинель, ватник), в которой вопрос термоизоляции решался преимущественно за счет увеличения плотности, толщины и массы термоизолирующего слоя. Применение современных тканей, фурнитуры и нетканых материалов позволяет снизить массу комплекта до 3-4 кг по сравнению с 7-8 кг в предыдущих изделиях. Применение в пакете одежды не одного, а двух-трех и более слоев термоизоляционного полотна формирует дополнительные воздушные полости между слоями и таким образом увеличивает показатели суммарного теплового сопротивления. Многослойность в одежде – общемировой подход в решении проблем термоизоляции при экстремально низких

температурах [1-7].

Концепция многослойности сегодня отмечена во многих зарубежных работах. Но именно тогда, 14 сентября 2006 года, глава ЦВУ генерал С. И. Шляев впервые объявил о том, что Министерством обороны РФ выработано решение применить в новой военной форме технологии Холлофайбер®, которые должны быть в 2-10 раз дешевле наиболее высокотехнологичных импортных аналогов, а по свойствам, качествам и эксплуатационным характеристикам не уступать, а превосходить зарубежные образцы. И такая задача с успехом была реализована и подключила к решению в ценовой и технологической конкуренции целую группу отечественных компаний, которые и сегодня успешно продуцируют экспериментальные и промышленные решения для государственного и корпоративного заказа, вытеснив зарубежных крупных игроков, открыв рынок для отечественных производителей. Таким образом, чёткая задача внятного заказчика предопределила результат.

И сегодня мы, как и 10-15 лет назад готовы рассматривать аналогичные «промышленные и технологические поручения», с промышленной точки зрения – более сложные и более объемные!

Разнопланово реализуемые программы «Умный текстиль» преимущественно базируются именно на материалах, относящихся к категориям технического текстиля. Рынок «умного текстиля» приближается к 1 трлн. долл. США. К 2020 году ожидается рост до 4,2 млрд. долл. США. Например, спрос на геосинтетику в мире увеличился почти вдвое за десять лет - с 3,2 млрд. до 6,1 млрд. долл. США.

Интенсивная инновация в области технического текстиля позволят экстраполировать большинство процессов в промышленности, в целом, и легпроме, в частности, которые сегодня, по данным Минпромторга, обеспечивает лишь около 1% от ВВП, что составляет 2.4% от объема промышленного производства или 3.6% от общего объема обрабатывающих производств, 1.6% приходится на розничную торговлю товарами легкой промышленности. Для сравнения, в СССР отрасль приносила более 12% ВВП, и в ней было занято порядка 3 млн человек. Сегодня емкость оценивается не более чем в 4 трлн. руб.

2 марта 2017 г. «Термопол» внёс в Минпромторг и Союзлегпром ряд инициатив, связанных с формированием, открытием и развитием новых рынков технического текстиля, с новыми применениями разнообразной и многофункциональной продукции технического текстиля (Минстрой, Союздорстрой, Минздрав, Минспорт и т.п.) и закреплении, в частности нетканых материалов в нормативной документации. Особое внимание было уделено потребности в сырьевом полиэфирном волокне, а также волокнах других типов.

Технический текстиль занимает всё больший рынок в РФ. Но он ничтожно мал. Для сравнения: производство технического текстиля в США составляет около 40% от общего объема текстильного производства, что кардинально отличается от показателя в примерно в 25% по состоянию на 1998 год. Емкость рынка технического текстиля в США составляет около 40,5 млрд. долл. США. Значительную долю среди продукции из технического текстиля занимает продукция военного значения.

Сегодня мы вновь, как и 60 лет назад, возвращаемся к вопросу переориентации текстильного производства в Российской Федерации на синтетические материалы. Почему для нас это важно? Основные стратегические инициативы для взаимоувязки интересов развития химической и текстильной промышленности (которые «близнецы-братья!»): формирование спроса на современные текстильные материалы через госзаказ (в т.ч. в дорожном строительстве, медицине, обороне, сельском хозяйстве), поддержка проектов по производству синтетических тканей и технического текстиля, поддержка проектов интеграции текстильных компаний в производство волокон из ПЭТФ, поддержка обеспечения выгодного доступа к сырьевой базе (ТФК, МЭГ, ПЭТФ) в рамках развития химической промышленности, использование механизмов, заложенных в подпрограмме 13 «Химический комплекс» государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (далее – Госпрограммы),

утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328.

Исходя из ограниченных промышленных возможностей, объем произведенных в России ПЭ волокон может достичь не более 1 млн. тонн, мы однозначно допускаем рост локального потребления по озвученному на Легпромфоруме 2016 года принципу: «Дайте сырьё – промышленность подтянется!» Не исключается и экспорт на внешние рынки – прежде всего в СНГ и Европу. Это, действительно, может обеспечить, условно называемые, экспортные поступления.

Мы понимаем, что для реализации даже некоторых изложенных взглядов нас, с одной стороны, цитирую реплику Легпромфорума 2015 года «мало, ресурсы ничтожны»; с другой, по данным Минпромторга, нас уже 25 000 предприятий, 37 000 индивидуальных предпринимателей. Конечно, специалистов, готовых взяться за такие мега-проекты, мало, но сегодня в РФ 23 вуза имеют аккредитацию по специальности 29.00.00 «Технологии лёгкой промышленности», у них могут быть огромные перспективы. Инвесторы начинают вкладывать или рассматривают проекты капитальных вложений в развитие темы технического текстиля в РФ («Гекса», «Куйбышевазот», «Термопол», «Весь мир», «Титан-Полимер», «Газпромхимволокно» и другие). Вопрос напрямую стыкуется с проблематикой переработки полимеров, вторсырья, что мы выше определили не просто как рециклинг, а полирециклинг. Суммарно в РФ в 2017 году потребление вторичного ПЭТ составило около 150 тыс. т., экспорт всего 877 тонн (!).

Мы полагаем, что активное внедрение проектов высокоэффективной «глубинной переработки» углеводородного сырья способно вызвать кумулятивный эффект, спровоцировать давно ожидаемую обществом «цепную промышленную реакцию» - процесс. Сегодня закладываются проекты на 20-50-летний период массового внедрения. Это:

1) композитные материалы (альтернатива металлу, камню, бетону);

2) материалы с дополнительными свойствами (бактерицидные, адаптируемые под весовую нагрузку, с защитой от электромагнитного излучения, с терморегуляционными функциями);

3) материалы серии «НГ» («новая генерация»: с повышенной пламястойкостью, водорепеллентным эффектом);

4) полирециклинговые нетканые материалы, призванные максимально увеличить срок полезной эксплуатации нетканых изделий и сохранить ресурсы для будущих поколений;

5) проекты формации «БЕЗ ТКАНИ», предусматривающие создание продукции преимущественно или исключительно с применением различных типов и видов нетканых материалов.

В материаловедении существует мнение, что история нетканых материалов сродни созданию бумаги: настолько важен и влиятелен оказался этот период и все процессы, с ним связанные.

Тем не менее, очевидное направление решения сырьевой проблемы развития технического текстиля, нетканых материалов и импортозамещения не производимых в России натуральных (хлопка) и химических волокон, на базе развития производства полимеров (полиэфиров в первую очередь) и волокон на их основе сталкивается с рядом объективных проблем, являющихся существенным препятствием для ТЭО и реализации подобных проектов.

1. Реализация так называемого «налогового маневра» с 1 января 2019 года в нефтяной отрасли в процессе которого происходит перенесение источника бюджетных поступлений с сокращаемой (в части ставки) экспортной пошлины в сторону увеличиваемого налога на добычу полезных ископаемых. Таким образом, суммы налогообложения, ранее ложившиеся исключительно на экспортируемые объемы нефти, сегодня закладываются в себестоимость нефти также используемой внутри РФ, в частности, увеличивают себестоимость всей цепочки нефтепереработки и нефтехимии, снижают ее конкурентоспособность. Последствия налогового маневра сказываются на снижении

экономической эффективности, рентабельности, окупаемости производства всех нефтепродуктов и продуктов нефтехимии, начиная с ГСМ (результатом чего является продолжающийся рост цен на моторное топливо в России), заканчивая полимерами и последующими продуктами, в том числе химическими волокнами.

2. Малый объем рынка, разрозненность и разнотипность по номенклатуре потребного ассортимента волокон, технологические ограничения в отрасли производства нетканых материалов, текстильной и легкой промышленности, что сильно затрудняет консолидацию спроса предприятий-потребителей для обоснования строительства установок химических волокон хотя бы единичной мощности, что делает невозможным технико-экономическое обоснование подобных проектов. Например, современная подотрасль прядения (производства пряжи) в Российской федерации имеет объем производства порядка 58 тысяч тонн в год и установленную мощность порядка 100 тысяч тонн [10]. Это все хлопкопрядильные производства. Большой проблемой для использования химических волокон является тот факт, что по причинам исторического характера практически все установленные в России прядильные мощности используют технологию пневмомеханического прядения (т.н. Open End spinning), которая де-факто исключает производство 100% пряжи из полиэфирных волокон (и, вообще говоря, любых других волокон кроме хлопка, то также является ограничением для других проектов импортозамещения хлопка, например по пути коттонизации льноволокна). Практически установленным пределом вложения полиэфирных волокон в пневмопрядении является величина 30%, то есть при установленной мощности в 100 тысяч тонн пряжи в год оценочной величиной максимального потребления полиэфирных волокон российской текстильной промышленностью будет 30 тысяч тонн (фактором выхода пряжи из смеси в данном случае пренебрегаем, так как в части полиэфирной компоненты он сильно зависит от способа смешивания: на разрыхлительно-трепальном агрегате или на ленточных машинах), при этом будет сохраняться импортозависимость от сокращающихся ресурсов среднеазиатского хлопка [10], без которого потребление и переработка полиэфира также будет невозможна в условиях существующих прядильных мощностей пневмомеханического типа.

Отметим, что данная величина оценки в 30 тысяч тонн совпадает с объявленной мощностью производства полиэфирных волокон проекта Ивановского комбината химических волокон (де-факто отмененный на сегодня проект «Иврегионсинтез»). Однако, по профессиональной информации, доступной авторам, данная мощность в 30 тысяч тонн волокна в год является значительно меньше величины производительности известных надежных и эффективных единичных установок производства штапельных полиэфирных волокон; надежность и производственная способность предлагаемых установок меньших мощностей – неизвестна и непрогнозируема. Авторы полагают, что данная организационно-технологическая проблема также могла быть одним из важных факторов отказа от реализации ивановского проекта.

Касательно спроса на синтетическое волокно предприятий технического текстиля, в качестве, нетканых материалов, то, очевидно, что он больше величины потенциального спроса со стороны прядильно-ткацкой подотрасли, однако его более точное определение затруднительно ввиду того, что в статистике Росстата не разграничены данные по объемам производства нетканых материалов (которые на сегодня уже многократно превосходят по производимым квадратным метрам традиционные ткани [10]): штапельных и формуемых из расплава полимеров (спанбонд, мельтблаун); полиэфирных и полипропиленовых, из неорганических волокон (стекло и базальт) и т.д. Также осложнением для консолидации спроса предприятий-переработчиков в данном сегменте является факт очевидной ассортиментной линейки волоконной продукции, обеспечение наличия которой может потребовать использования линий химических волокон разного типа, что также осложняет обоснование спроса на конкретные типы и группы волокна в объемах, достаточных для использования производственной мощности единичных установок.

Очевидно, что решение названных проблем развития сырьевой базы инновационного технического текстиля на основе использования, в свою очередь, существующей минерально-сырьевой базы углеводородов России требует четкой координации и взаимодействия всех российских участников рынка в системе: Государство (Минпромторг) – Отраслевая ассоциация (Союзлегпром) – Предприятия, конечной целью которой должно стать (по примеру, например,

китайских коллег и товарищей, реализовавших комплексную программу создания с нуля отрасли льняного текстиля в 2000-ых годах) разработка комплексной государственной программы развития «Ископаемого текстиля», которая должна включить:

- Меры налогового и таможенно-тарифного регулирования и стимулирования проекта,
- Меры мониторинга рынка в целях консолидирования и обоснования спроса по номенклатурным группам химических волокон,
- Меры договорного обеспечения взаимодействия будущих производителей и потребителей химических волокон; в качестве идейного примера здесь можно рассматривать подписание договоров о применении режима Промсборки, успешно реализуемого для локализации производства автомобилей в России,
- Меры привлечения и поддержки инвестиций комплексного сбалансированного развития мощностей как предприятий по производству так и переработке синтетических волокон, что может позволить «расшить ограничения» по величине перерабатывающих химические волокна мощностей.

В конечном итоге это должна быть программа комплексной модернизации и технического перевооружения текстильной промышленности.

Список литературы

1. Готовкина, М. С., Мезенцева Е. В. Маркетинговый анализ конъюнктуры рынка теплоизоляционной верхней зимней одежды (на примере Курской и Белгородской областей) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2018. Т. 4. № 4.
2. Иванов, В.В. Научные исследования как неотъемлемый фактор внедрения инноваций (на примере деятельности заводов нетканых материалов «Термопол», Холлофайбер ТМ / В.В.Иванов, Е.В. Мезенцева // XX международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2017): матер.форума, 22-26 мая 2017 года. – Иваново: ИВГПУ. 2017. С.25-31.
3. Мезенцева, Е.В. Инновационные методы создания термоизоляционных саморегулирующихся волокнистых систем в «умной одежде» // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ, 2018. Ч.2. С. 78-81.
4. Мезенцева, Е.В. Перспективные подходы к повышению термоизоляционных свойств одежды: «следующие шаги», технологии, инновации / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В.Ю. Мишаков. // XXI международный научно-практический форум Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоемкие технологии и материалы (SMARTEX-2018): матер.форума, 26-28 сентября 2018 года. – Иваново: ИВГПУ. 2018. Ч.2. С.82-87.
5. Мезенцева, Е.В. Современные модификации сырья для текстильных полотен / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 2. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина». 2018. С. 113-116.
6. Мезенцева, Е.В. Современные технологические подходы к повышению теплоизоляционных свойств утепленной одежды / Е.В. Мезенцева, В.В. Иванов, В. Ю. Мишаков // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. С. 160-164.
7. Мезенцева, Е.В. Утепленная верхняя одежда: социологический анализ предпочтений Россиян / Е.В. Мезенцева, В.Ю. Мишаков, М.С. Готовкина // Дизайн и технологии, № 65(107). М: РГУ им. А.Н. Косыгина. 2018. С. 122 – 130.
8. Ущербность страны «первого передела» // Экономика и жизнь. 29.04.2008
9. Варламов А.И. Состояние сырьевой базы углеводородного сырья Российской Федерации и пути ее развития // Доклады конф. «Новые идеи в геологии нефти и газа». М.: МГУ, 2017.
10. Белгородский В.С., Силаков А.В., Генералова А.В. Оценка рыночного потенциала при реализации проекта котонизации в России // Дизайн и технологии. 2018. № 67 (109). С. 106-112.

УДК 338.45

ВЛИЯНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
THE IMPACT OF PRODUCT POLICIES ON THE ECONOMIC STABILITY OF THE ENTERPRISE

Зернова Людмила Евгеньевна, Абдукаххаров Сахибжон
Zernova Liudmila Evgenievna, Abdukahharov Sahibjon

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail:dekfem@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности ассортиментной политики предприятия и ее влияния на его экономическую устойчивость. Показаны результаты терминологического анализа представленных категорий и дано их уточнение. Предложены основы методы определения оптимальной ассортиментной политики, определяющей экономическую устойчивость предприятия.

Abstract: Features of assortment policy of the enterprise and its influence on its economic stability are considered. The results of the terminological analysis of the presented categories are shown and their clarification is given. The bases of methods of determination of the optimum assortment policy defining economic stability of the enterprise are offered.

Ключевые слова: предприятие, ассортиментная политика, экономическая устойчивость.

Keywords: enterprise, assortment policy, economic stability.

Развитие рыночных отношений в России коренным образом изменило экономические условия функционирования предприятий. Эти условия характеризуются повышенной нестабильностью, присутствием неопределенности внешней среды, усилением конкуренции на внутреннем и внешнем рынках. В этой связи перед хозяйствующими субъектами остро встают проблемы обеспечения жизнеспособности и поиска источников поддержания экономической устойчивости. Анализ показывает, что важным направлением адаптации промышленных предприятий к изменяющейся рыночной среде является формирование и реализация рациональной ассортиментной политики. В современных условиях выбор эффективной ассортиментной политики является важной проблемой, от решения которой зависит уровень процветания как самих российских предприятий, так и обеспечение экономической безопасности страны в целом [1-3].

Проведенный нами анализ различных источников экономической литературы, посвященных вопросам теории и практики формирования ассортиментной политики, показал, что в настоящее время отсутствует однозначное общепринятое понятие ассортиментная политика предприятия. Автором найдено множество различных определений данного понятия. Анализ этих определений показал, что ни одно из них не отличается достаточно точным описанием главных элементов ассортиментной политики и не содержит обоснованной цели ее формирования. В результате было уточнено экономическое содержание данного термина. Установлено, что под ассортиментной политикой целесообразно понимать систему мер, обеспечивающих с высокой степенью вероятности экономическую устойчивость функционирования предприятия и определяющих номенклатуру, ассортимент производимой продукции, время изменений (частичных или радикальных) в существующей номенклатуре, перехода с производства одной ассортиментной позиции на другую, а также объемы выпускаемой продукции. Таким образом, данное определение позволяет систематизировать основные составные части ассортиментной политики и увязать эту политику непосредственно с экономической

устойчивостью предприятия.

Для отражения системной связи между ассортиментной политикой и экономической устойчивостью предприятия необходимо разработать комплексную методику формирования ассортиментной политики, включающую два основных этапа:

1этап: формирование ассортиментной стратегии предприятия, отражающей его специфические особенности и отраслевую принадлежность;

2 этап: формирование производственной программы предприятия с учетом не только реализации ассортиментной стратегии, но и обеспечения экономической устойчивости.

Данная методика должна предусматривать расчет основных показателей экономической эффективности инвестиций для каждого альтернативного варианта: интегрального экономического эффекта (NPV), периода окупаемости (PP), коэффициента эффективности инвестиций (ARR), рентабельности инвестиций (PI), внутренней нормы рентабельности (IRR). После расчета указанных показателей возникает, как правило, проблема выбора наилучшего варианта ассортиментной политики и инвестирования средств. В методическом плане исходным моментом решения этой проблемы является выбор, управленческого решения, основанного на принципе отбора оптимального варианта. Анализ показывает, что это может быть принцип многокритериального выбора либо принцип главного критерия.

Следует отметить, что сам выбор принципа отбора оптимального варианта ассортиментной политики представляет собой сложную многовариантную задачу. Причины возникающих здесь затруднений обусловлены сложным, многомерным характером целей социально-экономического развития, конечных результатов и последствий производственно-хозяйственной деятельности. Множественность и противоречивость возможных критериев отбора препятствует их представлению в виде общей цели, заданной критерием оптимальности. Главный недостаток применения принципа главного критерия – внесистемность принимаемых на его основе решений. Акцентируя внимание лишь на одном экономическом показателе (пусть даже и очень важном), этот принцип игнорирует тот факт, что предприятие представляет собой сложную систему, элементы которой определённым образом взаимосвязаны друг с другом. Изменение в одном из них вызывает изменения в других элементах и в системе в целом. Поэтому перспективным и результативным, с нашей точки зрения, является выбор оптимального варианта ассортиментной политики на основе векторного критерия оптимальности. Для решения проблемы многокритериального выбора оптимального варианта ассортиментной политики достаточно оправдано использовать метод средневзвешенной суммы критериев. Сущность метода заключается в сравнении анализируемых вариантов ассортиментной политики.

По существу обобщенный показатель инвестиционной привлекательности является универсальным критерием, позволяющим разрешать объективно существующие противоречия между множественностью и противоречивостью возможных показателей отбора наилучшего варианта ассортиментной политики. Таким образом, в основе расчёта обобщающего показателя инвестиционной привлекательности ассортиментной политики лежит сравнение по каждому показателю с условным эталонным вариантом, имеющим наилучшие результаты по всем сравниваемым параметрам. Эталоном сравнения может являться условный вариант, у которого все показатели наилучшие. Преимущества предложенного подхода к формированию ассортиментной политики обусловлены тем, что он позволяет проводить такую оценку комплексно, учитывая все важнейшие показатели экономической эффективности инвестиционных вложений. Ассортиментная политика является важным фактором обеспечения экономической устойчивости предприятия. В литературных источниках экономическая устойчивость рассматривается в весьма различных значениях. Проведенный анализ существующих определений этого понятия показал, что они не являются достаточно обоснованными и бесспорными. Поэтому данную категорию также необходимо уточнить. Суть уточнения заключается в том, что экономическая устойчивость определяется как комплексная характеристика субъекта хозяйствования (предприятия) за определённый период времени, отражающая способность поддерживать ключевые

финансовые, маркетинговые, производственные и кадровые показатели на нормативно заданном с высокой степенью вероятности уровне под воздействием изменений внешней и внутренней среды. Экономическую устойчивость предприятия желательно оценивать количественно, т.к. это позволит управлять ее уровнем. Необходимость регулирования экономической устойчивости предприятия обусловлена как потребностью в стимулировании ее повышения, так и необходимостью смягчения отрицательных воздействий рыночной среды. Анализ показал, что существуют различные подходы к оценке экономической устойчивости предприятий. При этом единой, общепризнанной методики оценки экономической устойчивости предприятия не существует [4-5]. Проведённый анализ показал также, что для каждого подхода характерны те или иные недостатки. Оценку экономической устойчивости промышленного предприятия предлагается проводить с помощью специального алгоритма. Для количественной оценки экономической устойчивости предприятия необходима, прежде всего, система единичных показателей устойчивости. На основе анализа экономической литературы предложена и обоснована система в количестве 20 показателей, которые в достаточной степени характеризуют финансовую, маркетинговую, производственную и кадровую составляющие экономической устойчивости предприятия.

Список литературы

1. Зернова Л.Е., Матьякубов А.А. Производственный потенциал предприятия: возникновение и развитие эконмической категории // Сборник научных трудов «Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы» - . Москва - 2018. - с. 75-77.
2. Зернова Л.Е., Матьякубов А.А. Проблемы эффективного использования производственного потенциала предприятия // Сборник научных трудов «Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы» - . Москва - 2018. - с. 78 - 81.
3. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Оценка адаптивной системы управления на текстильном предприятии // Управление экономическими системами: электронный научный журнал.- 2018. - № 2 (108). – с.. 29.
4. Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Факторы адаптивности и экономическая устойчивость предприятия // Сборник статей Международной научно-практической конференции - 2017. - с. 101-103.
5. Ерохин Е.С., Зернова Л.Е. Анализ и оценка деятельности корпорации в текстильной промышленности // Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения». - 2017.- с. 29-32.

УДК 338.45

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
THE RATING ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Зернова Людмила Евгеньевна
Zernova Liudmila Evgenievna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail:dekfem@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены сущность, особенности, преимущества и недостатки рейтинговой оценки деятельности промышленного предприятия. Представлены основы создания и расчета интегрального показателя рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности предприятия. Систематизированы факторы для создания методики определения рейтинга промышленного предприятия (интегрального показателя

устойчивости, безопасности и активности).

Abstract: The essence, features, advantages and disadvantages of the rating evaluation of the industrial enterprise are considered. The bases of creation and calculation of an integral indicator of market stability, economic security and business activity of the enterprise are presented. Factors for creation of a technique of definition of a rating of the industrial enterprise (an integral indicator of stability, safety and activity) are systematized.

Ключевые слова: предприятие, рейтинг, устойчивость, активность, безопасность.

Keywords: enterprise, a rating, stability, activity, safety.

Рейтинг представляет собой присвоение определенного класса, ряда, номера, категории в процессе анализа количественных или качественных характеристик деятельности предприятия.

Главная цель рейтинговой оценки – это определение положения предприятия среди предприятий одной и той же сферы деятельности, конкурентов, то есть присвоение ему определенной значимости. Зная рейтинг, потенциальные деловые партнеры или инвесторы смогут принимать оптимальные управленческие решения.

Анализ имеющихся в экономической литературе подходов к проведению рейтинга позволяет выявить определенные сложности [1, 2]:

- отсутствие единой методики рейтинговой оценки;
- сложность расчетов при отсутствии первичной (или публичной) информации;
- сложности в использовании зарубежной практики при определении рейтинговых оценок, так как она часто не учитывает специфики формирования экономических и финансовых показателей в России

Процедура разработки рейтинговой оценки, по нашему мнению, должна включать в себя следующие задачи [1, 2]:

- определение целей и задач оценки;
- выбор систем показателей по блокам оценки;
- сбор исходной информации;
- расчет показателей оценки (баллов, коэффициентов значимости и т.д.);
- разработка алгоритма и программы оценки;
- расчет комплексной оценки и определение рейтинга;
- анализ полученных рейтинговых оценок.

Таким образом, определение комплексной оценки (рейтинга) – это определение интегрального показателя на основе системы показателей, характеризующих различные стороны деятельности промышленного предприятия и агрегированных с помощью методов качественного и количественного анализа.

В экономической литературе рассматриваются следующие методы определения интегрального показателя: метод сумм; метод геометрической средней; метод коэффициентов; метод суммы мест; метод расстояний; метод двухмерного шкалирования; методы, основанные на сочетании уже перечисленных выше методов.

Каждый из методов имеет достоинства и недостатки, проанализированные в литературных источниках [6]. Однако, по нашему мнению, ни один из указанных методов не может быть использован для проведения полной комплексной оценки промышленного предприятия без внесения в него определенных изменений и дополнений.

Целью нашего исследования является создание и расчет интегрального показателя рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности предприятия. Именно такой показатель позволит всесторонне оценить его деятельность. Понятия рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности предприятия имеются в экономической литературе. Нам необходимо уточнить эти категории [3, 4].

Рыночная устойчивость предприятия – это его способность функционировать на рынке, что предполагает наличие связей с поставщиками, спрос на выпускаемую продукцию (услуги), наличие возможностей по быстрому реагированию на изменения рынка.

Экономическая безопасность предприятия – это диагностика состояния предприятия по тем показателям, которые учитывают специфические особенности отрасли или группы предприятий.

Деловая активность предприятия представляет собой проявление и оценку основных финансовых результатов его деятельности.

При таком подходе к определению интегрального показателя (рейтинга) он начинает учитывать все важнейшие параметры или показатели производственной, хозяйственной и финансовой деятельности предприятий. Конечно, образование такого комплексного показателя – процесс более сложный, чем оценка в отдельности рыночной устойчивости, экономической безопасности, деловой активности. Как правило, представленные в литературе методики комплексной оценки отражают подробно только одно из указанных направлений.

Так, методика Баканова М.И., Шеремета А.Д. позволяет оценить весьма разносторонне финансовое состояния фирмы на основе данных публичной отчетности, что также является достоинством с точки зрения сокращения затрат времени на сбор информации. Весьма интересна методика Бендикова М.А. для определения комплексного показателя экономической безопасности предприятия. В расчет показателя включены индикатор производства, финансовый индикатор, социальные индикаторы. Эти показатели отражают специфику отраслевой принадлежности, а также позволяют оценить состояние предприятия как нормальное, предкризисное, кризисное или критическое.

В работе Н.С. Иващенко оценка устойчивости отражается в виде комплексного показателя уровня развития производства на примере текстильного предприятия. Достоинством метода является то, что на основе полученного показателя определяется характер развития предприятия (ускоренное развитее, равномерное развитие, замедленное развитие), т.е. выявляется его качественное состояние.

В работах Колобова А.А., Омельченко Н.Н., Ермакова А.Ю., Киреева А.В. оценивается устойчивость производственно-сбытовой системы предприятия на основе отдельных блоков (внутрипроизводственная подсистема, рыночная подсистема, подсистема сервисной поддержки).

В диссертационной работе Лактионова А.В. представлен разработанный автором комплексный показатель оценки эффективности антикризисной программы. Этот показатель имеет ярко выраженную направленность на оценку финансового состояния предприятий, находящихся в кризисном состоянии (или в стадии банкротства). Комплексный показатель состоит из восьми оценочных показателей и не характеризует все стороны деятельности предприятия. Также он не отражает специфики объединившихся в группу предприятий.

В диссертационной работе Васильева А.А. определяется интегральный показатель рыночной устойчивости. Его расчет сводится к 4 группам показателей:

- первая из них характеризует степень выполнения договоров предприятием и состав покупателей;
- вторая характеризует степень выполнения договоров по поставкам предприятию и состав поставщиков;
- третья группа характеризует способность предприятия обновлять ассортимент и создавать ткани на заказ;
- четвертая группа характеризует рыночную устойчивость с помощью рентабельности продукции и репутации фирмы на рынке.

Таким образом, представленный в данной работе интегральный показатель дает оценку не всем сторонам деятельности предприятия.

Интерес представляет рассмотрение еще одной методики – определения рейтинга коммерческого банка на основе системы CAMEL Основу системы составляет анализ пяти важнейших показателей, затрагивающих деятельность любого банка: достаточность капитала, качество активов, уровень менеджмента, доходность, прибыльность и ликвидность. Сами показатели образуют взаимосвязанный комплекс разделов данной

системы. Интересна методика и тем, что ряд показателей оценивается экспертами непосредственно в баллах, а ряд – расчетным путем с помощью специально разработанных рейтинговых таблиц, что делает расчет более точным, а оценку более объективной. Однако перечень групп показателей нельзя использовать для промышленного предприятия в связи с наличием специфики кредитного учреждения. Однако, можно использовать определенные методические подходы проведения рейтинговой оценки. Для определения итоговой оценки (рейтинга) по разделу предлагается формула:

$$P = P_1(K_1)\, B_1 + P_2\,(K_2)\, B_2 + \ldots + P_i\,(K_i)\, B_i \qquad (1)$$

P – общий рейтинг по разделу;

i – число показателей (коэффициентов);

P_i (K_i) – рейтинговая оценка (балл) каждого отдельно взятого i-ого показателя;

B_i – удельный вес каждого отдельно взятого i-ого показателя.

Предлагаемый способ нахождения оценки, заложенный в основу методики, позволяет:

1. оценить каждый из показателей в отдельности (определить рейтинг) и проследить тенденцию его изменения;
2. учесть значимость отдельных показателей в общей оценке по разделу методики;
3. легко изменять критерии оценки и веса отдельных показателей (после проведения компетентного анализа и заключения о необходимости внесения изменений);
4. свести участие человека в процессе оценки к минимуму, определив итоговую методику оценки с четко определенным кругом показателей, способом их расчета и принципами определения рейтинга;
5. разработать алгоритм и программу для ПЭВМ для проведения оценки.

Далее полученная по разделу общая оценка (рейтинг) должна быть сопоставлена с рейтингом эталонного предприятия. Оценки могут соответствовать следующим комментариям: сильный рейтинг, удовлетворительный рейтинг, посредственный рейтинг, критический рейтинг и неудовлетворительный рейтинг. После определения рейтинга по каждому из разделов рассчитывается сводный рейтинг предприятия исходя из суммы взвешенных оценок по отдельным разделам методики. Это позволит учесть значимость того или иного раздела и его влияние на итоговую оценку. Величина сводной оценки также сопоставляется с оценкой предприятия - эталона и делаются выводы о результатах его деятельности. В основе методики лежат показатели конкретной деятельности промышленного предприятия, а не конечные агрегированные показатели общей публичной отчетности. Поэтому реализация данной методики на практике связана с большой трудоемкостью расчета показателей, необходимостью их обновления.

Таким образом, на основе анализа приведенных методик и с учетом цели данного исследования, необходимо учесть следующие факторы при создании методики определения рейтинга промышленного предприятия (интегрального показателя устойчивости, безопасности и активности) [5]:

- методика должна быть построена на основе разносторонней информации о деятельности предприятия и использования его ресурсов;
- методика должна учитывать показатели рыночной устойчивости, экономической безопасности и деловой активности, так как именно они определяют полноту, всесторонность и точность оценки деятельности предприятия;
- она должна характеризовать выявление различных качественных состояний по направлениям деятельности промышленного предприятия;
- в ней должны быть учтены специфические отраслевые особенности создания и функционирования предприятия;
- методика должна иметь независимость от масштабов деятельности предприятия;
- методика должна быть реализована на основе сбора и обработки той информации, которая доступна для расчета и не требует значительной трудоемкости сбора и обработки.

Список литературы

1. Ерохин Е.С., Зернова Л.Е. Анализ и оценка деятельности корпорации в текстильной промышленности // Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения». - 2017.- с. 29-32.
2. Зернова Л.Е., Ерохин Е.С. Организационно-экономический механизм создания, функционирования и оценки деятельности финансово-промышленных групп. // Москва – 2009 – 165 с.
3. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Сборник статей международной научно-практической конференции - 2017.- с. 74-76.
4. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Деловая активность корпораций как фактор роста эффективности // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции - 2016. - с. 114-115
5. Зернова Л.Е. Оценка блока «Рейтинг промышленных предприятий» в корпорации // Научное издание. - Московский государственный университет дизайна и технологии. – Москва - 2014 - с. 96-102.
6. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Анализ различных методик комплексной оценки деятельности корпорации // Инновационные технологии управления и права. - 2012. - № 3(4). - с. 70-73.

УДК 338.24

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
THEORETICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF INTEGRATION ASSOCIATIONS OF ENTERPRISES IN LIGHT INDUSTRY

Маракушин Александр Андреевич, Дружинина Ирина Александровна
Marakushin Alexander Andreevich, Druzhinina Irina Aleksandrovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail irinadrug@mail.ru, aleeex_m@bk.ru)

Аннотация: статья посвящена теоретическим и практическим подходам к формированию интеграционных объединений предприятий в легкой промышленности.

Abstract: article is devoted to theoretical and practical approaches to formation integration associations of the enterprises in light industry.

Ключевые слова: интеграция, интеграционные объединения предприятий, стратегический альянс, технополис, технопарк, кластер.

Keywords: integration, integration associations of the enterprises, strategic alliance, technopolis, technopark, cluster.

Современные экономические процессы характеризируется усилением интеграционных процессов, как внутри отдельных отраслей, так и на межотраслевом и межнациональных уровнях. Основным фактором данной тенденции является обострение конкурентной борьбы на всех уровнях экономики. В условиях ограниченности, как ресурсов, так и рынков интеграционные объединения рассматриваются как способ наращивания конкурентных преимуществ как отдельных компаний, так и национальных отраслевых рынков.

За послевоенный период в мировой практике сформировались различные формы интеграции, которые отличаются характером взаимодействия участников, целями создания, степенью самостоятельности участников. Основными конкурентными преимуществами интеграционных объединений являются:

- возможность выхода на новые рынки,
- повышение эффективности маркетинговой деятельности,
- расширение дистрибьюторской сети,
- увеличение финансовых ресурсов,
- совместное использование научно-технических разработок.

Все это определяет актуальность проблемы изучения и выявление наиболее эффективных форм интеграционных объединений для российских предприятий легкой промышленности в современных условиях.

Термин интеграция произошел от лат. integratio («восстановление») и имеет много толкований, наиболее общим из которых является – «объединение в одно целое каких-либо частей или элементов».

В рамках данного исследования по выявлению наиболее эффективных форм интеграционных объединений для российских предприятий легкой промышленности в современных условиях «интеграцию» предлагается понимать как «процесс объединения двух или более предприятий для минимизации издержек, совместного использования научно-технических разработок и достижения конкурентных преимуществ» [1].

Так же необходимо отметить, что существует большое разнообразие форм интеграции предприятий. Более подробно они представлены в таблице 1.

Таблица 1. Формы интеграции предприятий

Название	Участники	Цели создания
Финансово-промышленная группа (ФПГ)	Промышленные предприятия и финансовые учреждения	- улучшение инвестиционной ситуации; - развитие конкурентоспособности товаров;
Холдинг	Материнская компания и сеть дочерних компаний	- создание технологически взаимосвязанных производственных и сбытовых цепочек; - оптимизация структуры управления; - создание собственной сервисной сети; - диверсификация бизнеса; - снижение рисков и повышение устойчивости бизнеса.
Консорциум	Независимые предприятия и организации	- координация предпринимательской деятельности; - реализация крупного инвестиционного проекта.
Конгломерат	Предприятия, осуществляющие деятельность в различных экономических областях.	- обеспечение более широкой экономической основы; - получение синергетического эффекта; - прогнозирование изменения структуры рынков и отраслей; - доступ к новым ресурсам и технологиям.
Картель	Различные предприниматели	- получение участниками монопольной прибыли путем сговора.
Синдикат	Однородные предприятия	- улучшение условий деятельности; - сбыт продукции через общую сбытовую контору.
Стратегический альянс	Независимые предприятия	- конкурентное преимущество за счет доступа к ресурсам партнера

		- эффект синергии; - снижение рисков.
Технополис	Предприятия, университеты, научно-технические центры	- производство новой прогрессивной продукции; - разработка новых наукоемких технологий;
Технопарк	Предприятия и их научно-технические центры	- производство новой прогрессивной продукции; - разработка новых наукоемких технологий;
Кластер	Предприятия, корпорации, университеты, банки	- привлечение прямых инвестиций; - привлечение передовых технологий; - создание новых рабочих мест; - апробация новых методов менеджмента и организации труда [21].

Очевидно, что каждая из представленных форм интеграционных объединений характеризуется рядом специфических особенностей, которые влияют на ее выбор при создании той или иной формы интеграции предприятий в разных отраслях экономики.

Учитывая специфику деятельности современных предприятий легкой промышленности, основное внимание в нашем исследовании было уделено таким формам интеграции как стратегические альянсы, кластеры, технополисы и технопарки. Эти формы интеграции нашли широкое распространение в российской и зарубежной практики предприятий легкой промышленности.

Выбор формы интеграции для предприятия легкой промышленности является задачей принятия стратегического решения, которое может быть обосновано использованием такого метода аналитического планирования как метод анализа иерархий (МАИ). Метод является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть любой проблемы. МАИ предполагает разделение проблемы на более простые составные части и обработку суждений экспертов. В ходе метода определяется относительная значимость исследуемых альтернатив для всех критериев, находящихся в иерархии [2]. На первом уровне структуризации проблемы находятся критерии выбора, на втором – альтернативные варианты этого выбора.

Реализация процедуры метода анализа иерархии начинается с построения иерархии проблемы, Выбранные цели, критерии и альтернативы формируют следующую схему иерархии проблемы исследования, представленную на рисунке 1.

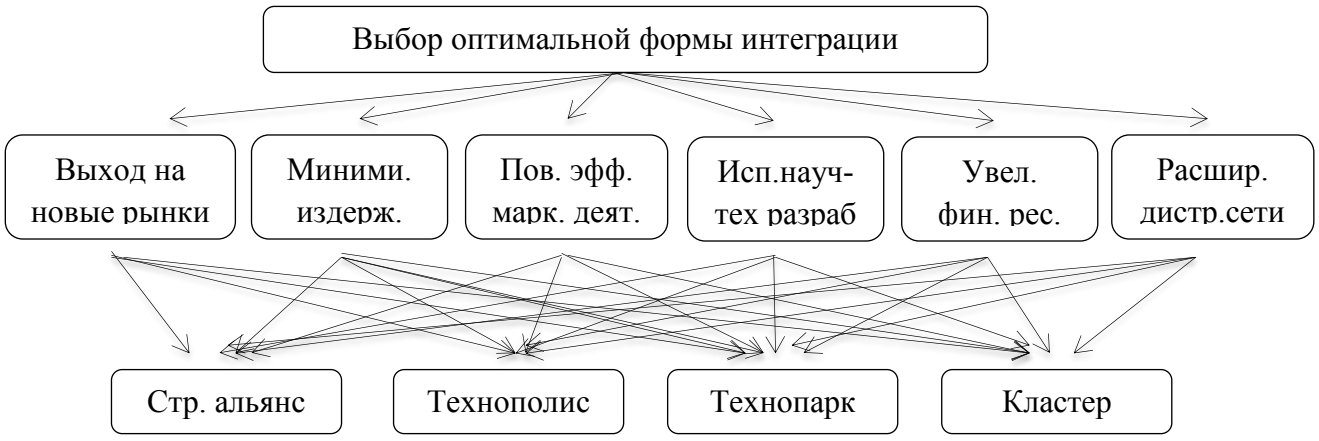


Рис. 1. Схема иерархии проблемы выбора оптимальной формы интеграционного объединения

Процедура метода анализа иерархий предполагает выявление значимости критериев на основе их парного сравнения путем заполнения матрицы парного сравнения. Для реализации метода парного сравнения составляется матрица парных сравнений. Выявленные критерии обозначаются следующим образом:

x_1 – возможность выхода на новые рынки;

x_2 – минимизация издержек за счет эффекта синергии;

x_3 – повышение эффективности маркетинговой деятельности;

x_4 – совместное использование научно-технических разработок;

x_5 – увеличение финансовых ресурсов;

x_6 – расширение дистрибьюторской сети.

В матрицу парных сравнений заносится отношение степени важности каждого критерия к другому, с использованием девятибалльной лингвистической шкалы.

1. Вектора приоритетов для выбранных критериев:

$$b_1 = \frac{0,66}{6,72} = 0,1;$$

$$b_2 = \frac{0,89}{6,72} = 0,13;$$

$$b_3 = \frac{0,52}{6,72} = 0,08;$$

$$b_4 = \frac{1,41}{6,72} = 0,2;$$

$$b_5 = \frac{1,2}{6,72} = 0,18;$$

$$b_6 = \frac{2,04}{6,72} = 0,3$$

Основываясь на результатах экспертных оценок и произведенных вычислений, можно сделать вывод, что наиболее приоритетными критериями при выборе формы интеграционного объединения для предприятий легкой промышленности являются:

- совместное использование научно-технических разработок;
- увеличение финансовых ресурсов;
- расширение дистрибьюторской сети.

В рамках данного исследования альтернативными вариантами интеграционных объединений являются: стратегические альянсы; технополисы; технопарки; кластеры.

Далее проводится синтез приоритетов, для чего составляется матрица глобальных приоритетов. Глобальный приоритет рассчитывается как сумма средневзвешенных значений векторов приоритетов из матрицы глобальных приоритетов.

Таблица 2. Матрица глобальных приоритетов

Критерии/ Виды интеграционных объединений	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Вектор глобального приоритета
	0,1	0,13	0,08	0,2	0,18	0,3	
Стратегический альянс	0,17	0,17	0,29	0,17	0,17	0,29	0,23
Технополис	0,26	0,26	0,16	0,26	0,26	0,16	0,21
Технопарк	0,11	0,11	0,10	0,11	0,11	0,10	0,11
Кластеры	0,45	0,45	0,44	0,45	0,45	0,44	0,44

$Гкр_{страт.альянс}$=0,17×0,1+0,17×0,13+0,29×0,08+0,17×0,2+0,17×0,18+0,29×0,3 = 0,23
$Гкр_{технополис}$= 0,26×0,1+0,26×0,13+0,16×0,08+0,26×0,2+0,26×0,18+0,16×0,3=0,21
$Гкр_{технопарк}$= 0,11×0,1+0,11×0,13+0,10×0,08+0,11×0,2+0,11×0,18+0,10×0,3=0,11
$Гкр_{кластер}$= 0,45×0,1+0,45×0,13+0,44×0,08+0,45×0,2+0,45×0,18+0,44×0,3=0,44

Исходя из метода анализа иерархий, наиболее подходящим типом интеграционного объединения для предприятия легкой промышленности является кластер. Вторым по приоритетности является стратегический альянс. Однако следует отметить, что кластер является наиболее сложной для реализации формой интеграционного объединения, требующий большой доли государственного участия. С данной точки зрения, учитывая сложность реализации кластера, приоритетность формы интеграции переходит к стратегическому альянсу.

Список литературы

1. Антонов А. П., Дружинина И. А., Шальмиева Д. Б., Маракушин А.А. Подходы к обоснованию формы интеграционного объединения в рамках стратегического альянса // Дизайн и технология, №67.
2. Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В. «Современные методы стратегического менеджмента» М, РИО МГУДТ, 2015, 120 с.

УДК 338.24

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ
FINANCIAL ASPECTS OF STRATEGIC ALLIANCES

Дружинина Ирина Александровна, Генералова Анна Владимировна, Шильцова Анастасия Владимировна
Druzhinina Irina Aleksandrovna, Generalova Anna Vladimirovna, Shiltsova Anastasia Vladimirovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: irinadrug@mail.ru)

Аннотация: Статья посвящена финансовым аспектам формирования стратегического альянса на основе использования финансовых инструментов

Abstract: he article is devoted to the financial aspects of forming a strategic alliance based on the use of financial instruments.

Ключевые слова: стратегические альянсы, методы анализа денежных потоков организации, матрица Франшона и Романэ.

Keywords: strategic alliances, methods of analyzing the organization’s cash flows, the Franchon and Romane matrix.

В отечественной и зарубежной литературе стратегические альянсы являются предметом острых дискуссий. Это связано с тем, что концепция стратегических альянсов в экономической науке еще не сложилась, несмотря на привлекательность их создания для предприятий различных сфер деятельности. Создание стратегических альянсов дает их участникам конкурентные преимущества, а также возможность реструктуризировать бизнес, повысив его эффективность. В условиях сильной конкуренции объединение капиталов в рамках стратегического альянса дает компаниям преимущества, связанные с кооперацией бизнеса, когда объединенный капитал дает новые возможности развития бизнеса.

Интеграционное объединение в рамках стратегического альянса позволяет достигать следующие финансовые результаты:

- увеличение размера компании и наращивание ее финансового потенциала;
- улучшение условий коммерческой реализации продукции, увеличение доходов компании;
- освоение дополнительных финансовых активов и разработок партнеров по стратегическому альянсу.

Практика стратегических альянсов показывает, что при их создании преобладает двусторонняя форма взаимоотношений, в процессе которых стороны стремятся достичь эффекта синергии благодаря кооперации индивидуальных компетенций и материальных и нематериальных активов. При создании российских стратегических альянсов возникают такие финансовые проблемы, как выбор надежного партнера, интересы и возможности которого совпадали бы с целью создания альянса; контроль результатов его деятельности; обеспечение возврата инвестиций участникам альянса; распределение доходов между ними. Основными препятствиями в развитии стратегических альянсов в легкой промышленности РФ являются: отсутствие надежного партнера, финансовые проблемы, проблемы, связанные с законодательством, несовпадение интересов при создании и развитии альянсов.

Стратегические альянсы не имеют законодательно утвержденного юридического определения, их деятельность определяется прочными партнерскими отношениями между компаниями, их образовавшими. Однако в российском законодательстве есть определение «хозяйственного партнерства», которое представлено в ФЗ «О хозяйственных партнерствах» от 03.12.2011 г. № 380-ФЗ и по своей сути схоже с понятием стратегического альянса. В статье 2 данного закона представлены основные положения о хозяйственных партнерствах (рис. 1).

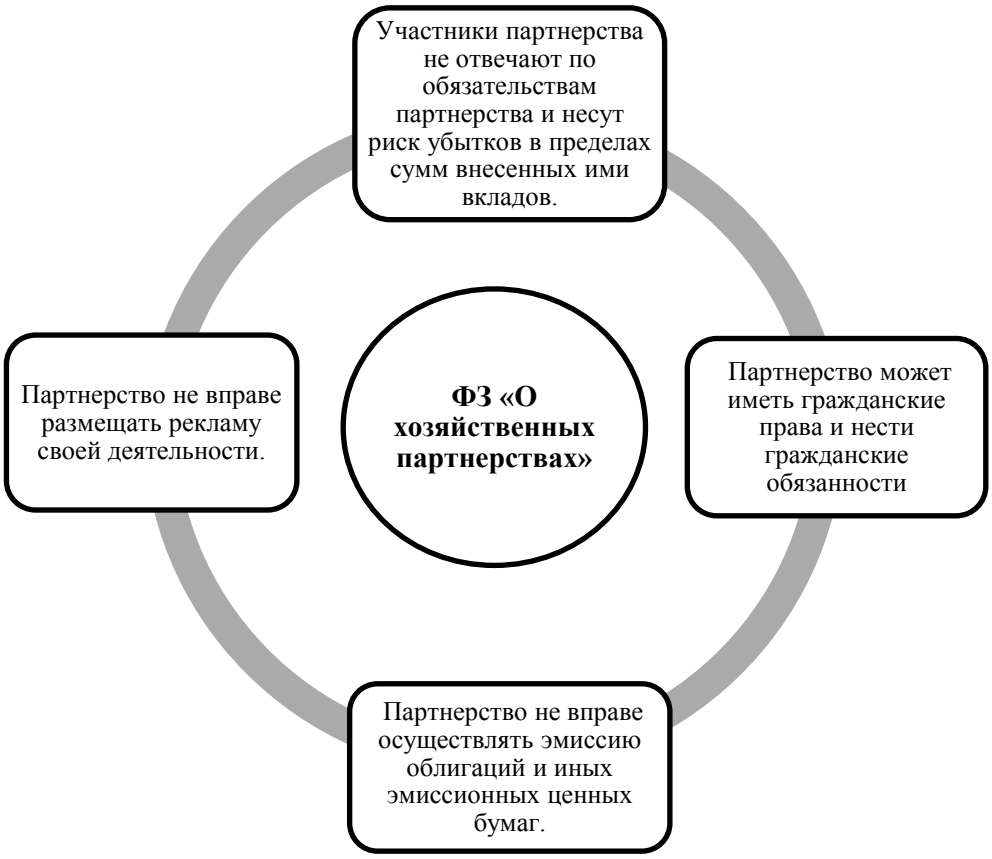


Рис. 1. Основные положения о хозяйственных партнерствах.

Таким образом, в соответствии с законодательством РФ можно определить основные права участников стратегического альянса.

В России популярными для стратегических альянсов являются нефтепереработка, машиностроение, электроэнергетика, индустрия моды.

Наиболее значимыми проблемами развития стратегических альянсов в России являются: оценка финансовой надежности партнера, финансовые проблемы, несовпадение финансовых интересов и оценок перспектив развития участников стратегического альянса.

Аналитическим инструментом, который позволяет рассмотреть перечисленные аспекты оценки финансовой позиции и перспектив ее трансформации в ближайшем будущем является матрица финансовых стратегий Франшона и Романэ [2]. Эта матрица помогает спрогнозировать «критический путь» предприятий, определить пределы риска и уровень возможностей предприятия. Финансовая стратегия вырабатывается на основе анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и охватывает деятельность предприятия как минимум в течение года.

Матрица финансовых стратегий Франшона и Романэ представляет собой стратегическую финансовую модель, использующую в своей основе три различных вида деятельности предприятия: текущую, финансовую и инвестиционную. Матрица разделана на девять квадратов, каждый из которых имеет свое название. В зависимости от того, в какой квадрат попадет компания возможно рассмотрение различных вариантов и перспектив её дальнейшего развития.

В таблице1 представлена матрица Франшона и Романэ, характеризующая динамику финансового состояния компании, рассматривающая возможность создания стратегического альянса в сфере совместного использования финансовых ресурсов. Такими направлениями деятельности стратегического альянса является возможность в его рамках осуществлять совместные инвестиционные проекты по созданию совместных объектов коммерческой деятельности.

Таблица 1. Матрица Франшона и Романэ компании

Денежные потоки	РФД << 0 (торможение)	РФД = 0 (стабилизация)	РФД >> 0 (ускорение)
РХД >> 0 (замедленный режим роста)	2014 г. 1	РФХД > 0 4	РФХД >> 0 8
РХД = 0 (оптимальный режим роста)	РФХД < 0 7	2015 г. 2	РФХД > 0 5
РХД << 0 (форсированный режим роста)	РФХД << 0 9	РФХД < 0 6	2016 г. 3

По таблице 1 видно, что компания в 2016 г. находится в квадрате № 3 «Неустойчивое равновесие». Отрицательный результат хозяйственной деятельности РХД вызван образованием дебиторской задолженности. Это связано, прежде всего, со спецификой деятельности компании. Для данной позиции характерно положительное значение результатов финансовой деятельности РФД, которое свидетельствует о значительном превышение притоков денежных потоков над оттоками и значительной величине свободных финансовых ресурсов, которое является предметом реализации совместного инвестиционного проекта в рамках проектируемого стратегического альянса. Как видно из матрицы положительная динамика развития результатов финансово-хозяйственной деятельности компании в 2014-2015 году может получить развитие в последующие годы, если компания использует избыток финансовых ресурсов в рамках совместного проекта с возможным «хозяйственным партнером».

Для обоснования выбора формы интеграции с возможным «хозяйственным партнером» целесообразно использовать процедуру аналитического планирования, в основе, которой лежит структуризация проблемы выбора на основе определения наиболее значимых

критериев - целей, которые компания стремиться достичь при создании стратегического альянса. В данном случае это - использование финансовых ресурсов компании в рамках совместной инвестиционной деятельности с целью повышения ее конкурентоспособности.

К наиболее значимым критериям, по мнению специалистов компании, можно отнести следующие:

1) повышение конкурентоспособности;
2) диверсификация риска (доступ к финансовым ресурсам партнера и уменьшаются риска);
3) гибкость использования финансовых ресурсов;
4) синергетический эффект;
5) привлечение новых клиентов;
6) концентрация капитала и финансовых ресурсов;
7) гибкость организационной культуры;
8) выход на новые рынки.

В качестве альтернативных вариантов создания стратегического альянса являются вертикальная и горизонтальная интеграция компании с хозяйственными партнерами. Вертикальная интеграция предполагает создание стратегического альянса с компанией, на основе межотраслевой кооперации. В качестве примера может быть рассмотрена кооперация предприятий легкой промышленности с организациями торговли. Горизонтальная интеграция предполагает кооперацию предприятий легкой промышленности в рамках реализации совместного инвестиционного проекта.

Для оценки приоритетности варианта интеграции может быть применена процедура метода анализа иерархий [1] и расчет векторов глобальных приоритетов G для каждой альтернативы.

Для варианта вертикальной интеграции

G1=0,20*0,31+0,75*0,17+0,83*0,24+0,08*0,75+0,83*0,05+0,25*0,08+0,17*0,05+0,86*0,02 =0,5359

Для варианта горизонтальной интеграции

G2=0,80*0,31+0,25*0,17+0,17*0,24+0,25*0,08+0,17*0,05+0,75*0,08+0,83*0,05+0,14*0,02 =0,4641

Численный разрыв между альтернативами не столь высок, что позволяет сделать вывод, что каждая из стратегий развития альянса приемлема и имеет свои преимущества и недостатки.

Предложенная методика обоснования финансовых возможностей участия компании в создании стратегического альянса на основе использования матрицы Франшона и Романэ, а также целесообразности выбора формы интеграции на основе метода аналитического планирования позволяет сделать акцент на решении финансовых аспектов деятельности компании.

Список литературы

1. Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В. Современные методы стратегического менеджмента - М, - 2015 - РИО МГУДТ, 120 с.
2. Дружинина И.А., Антонов А.П., Белгородский В.С., Генералова А.В. Современные инструменты управления финансовым состоянием предприятия - М, - 2016 - РИО МГУДТ, 157 с.

УДК 338.24

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ
MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION'S PARTNERSHIP DEVELOPMENT

Иващенко Наталия Сергеевна
Ivashchenko Natalya Sergeevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: suncycle@mail.ru)

Аннотация: в статье рассмотрены виды партнерских отношений и механизм управления ими, приведен конструктивно-критический обзор способов оценки уровня партнерства и предложены рекомендации по ее совершенствованию в аспекте устойчивого развития организаций

Abstract: in the article types of partnership and their management mechanism are considered, the constructive-critical review of ways to assess the level of partnership is provided and recommendations on its improvement in the aspect of sustainable development of the organizations are offered

Ключевые слова: партнерство, развитие отношений, уровень партнерства, устойчивое развитие.

Keywords: partnership, development of relations, level of partnership, sustainable development.

Устойчивое развитие бизнеса сегодня достаточно трудно обеспечить без формирования длительных эффективных партнерских отношений, что связано с многогранностью и сложностью современных бизнес-процессов. В современной эпохе вопросы устойчивости развития стоят особенно остро в связи с особенностями современной социально-экономической реальности, характеризующейся информационным бумом, высокими темпами появления новых знаний, провоцирующими постоянные возмущения во внутренней и во внешней среде организаций (появление новых технологий и новых конкурентов, рост маркетинговых и технологических рисков и т.д.) [1]. В таких условиях наличие надежного партнера способствует устойчивости развития в силу объединения интеллектуального капитала, координации деятельности по важным и перспективным направлениям, экономии затрат на ресурсах денежных, материальных, человеческих и временных и прочих преимуществах стратегического партнерства.

Понимая необходимость стратегического партнерства, руководство организаций мало уделяют внимания и времени анализу уровня его организации, результативности и эффективности, что во многом связано с отсутствием соответствующего инструментария оценки.

Плохо организованный процесс приводит к возникновению конфликтных ситуаций, дискомфорту в отношениях с последующим их разрывом и дискредитации самого процесса. Во избежание подобных ситуаций организации должны своевременно мониторить эффективность партнерства и уровень организации данного вида деятельности, для чего задача науки вооружить их определенными методиками и средствами оценки. Теоретических и практических работ в этой области в настоящее время немного.

Но прежде, чем говорить о методах оценки партнерства, следует остановиться на видах партнерства, так как от вида партнерства во многом зависит выбор метода его оценки.

Существуют различные виды партнеров и формы партнерства.

В соответствии с трактовкой А. Уилсона и К. Чарлтона [2] термин «партнерские связи» определяется как совместная работа двух и более организаций по использованию своих

различных ресурсов в целях достижения результатов, недоступных этим организациям по отдельности.

Партнерство может быть:

политическое, экономическое, социальное, гражданское,

диодное и групповое,

внутриорганизационное и межорганизационное,

между организациями и государственными органами,

горизонтальное (между производителями аналогичной продукции) и вертикальное (между поставщиками, производителями и потребителями продукции),

вынужденное и добровольное,

коммерческое и некоммерческое,

полное и ограниченное,

взаимодополняющее и взаимозаменяющее,

краткосрочное, среднесрочное и долгосрочное,

тактическое и стратегическое.

Диодное партнерство – совместная работа двух организаций или двух лиц, групповое – предполагает включение в долгосрочные, доверительные и взаимовыгодные отношения более двух организаций/физических лиц.

Внутриорганизационное партнерство – это совместная деятельность субъектов, взаимосвязь между коллегами, возникающая в коллективе, отношения между сотрудниками и руководством организации. Внутриорганизационное партнерство часто трактуют как социальное партнерство. Отношения между работниками и работодателем по ряду вопросов регламентируются государством, поэтому такого рода партнерства называют еще «трипартизмом». Управление персоналом на основе партнерства в значительной степени повышает показатели эффективности труда и устойчивость организации.

Хотя партнерство строится, прежде всего, на принципах добровольности и доверительности, иногда имеет место вынужденное партнерство, что связано, как правило, с отсутствием необходимых средств для ведения бизнеса.

В зависимости от формы осуществления партнерство подразделяется на:

коммерческое – основанное на членстве, целью которого является получение прибыли;

некоммерческое – основанное на членстве, целью которого выступает главным образом содействие всем ее членам в достижении поставленных целей (социальных, культурных, научных, благотворительных, образовательных и других);

полное партнерство – все члены несут солидарную и общую ответственность;

ограниченное партнерство – члены несут ограниченную ответственность.

Партнерство можно рассматривать как взаимодополняющее или взаимозаменяющее сотрудничество. Примером взаимодополняющего партнерства может служить сотрудничество поставщиков и производителей или производителей и потребителей в целях использования основных компетенций и специализации друг друга в области создания новых видов продукции, что позволяет сокращать время и издержки на ее разработку и освоение. Примером взаимозаменяющего партнерства могут служить такие его формы как франчайзинг, аутсорсинг, аутстаффинг.

Последнее время особое внимание вызывает стратегическое партнерство как фактор эффективного и устойчивого развития бизнеса. Стратегическое партнерство чаще всего отождествляется с долгосрочным сотрудничеством с целью получения максимальных выгод для себя и для партнера. Определение «стратегическое» указывает на то, что данный вид партнерства призван обеспечить решение стратегически важных задач [3].

Стратегическое партнерство как фактор устойчивого развития организации обеспечивает надежность выполнения договорных обязательств между предприятием и поставщиками, между предприятием и потребителями продукции, сокращение сроков поставок, улучшение качества и снижение цены на поставляемое сырье и готовую продукцию в результате применения гибкой системы скидок, рост доверия у предприятия к

поставщикам, а у потребителей к производителю продукции, улучшение репутации и, в конечном счете, рост эффективности деятельности на рынке.

Как уже отмечалось выше, механизмы управления для различных форм партнерства различны.

В данном случае остановимся на некоторых методах оценки уровня межорганизационного стратегического партнерства.

Механизм управления – это построение процесса управления, раскрывающее специфику управленческого труда, его инструментарий в виде методов и средств воздействия на управляемый объект и технологию их применения.

Механизм управления партнерскими отношениями включает такие направления оценки, как:

выбор партнера для решения поставленных стратегических задач;

оценка уровня организации партнерских отношений;

оценка эффективности стратегического партнерства.

Что касается первого этапа, то на этот счет написано достаточно много работ.

В отношении оценки уровня организации партнерства несомненный интерес представляет работа Б. Харди, Э. Уаддингтона и Б. Хадсона [4]. Авторы выделяют шесть основных принципов партнерства:

- признание и принятие необходимости партнерства,
- развитие ясности и реальности достижения цели партнерства,
- гарантия обязательств и собственности,
- развитие и поддержание доверия,
- создание четких и надежных механизмов партнерства,
- контролируемость, измеримость и обучаемость.

Для измерения сепени реализации данных принципов авторы разработали соответствующие опросники. Результаты опроса позволяют определить проблемы в организации партнерства и те направления, которые требуют неотложного внимания и плана развития. К числу недостатков метода можно отнести субъективность оценок, что чаще всего присутствует при проведении опросов, и то, что используются оценки самих партнеров, задействованных в проектах [5]. Описанная выше методика в большей мере отвечает на вопрос организации партнерства и в меньшей – оценки результативности и эффективности партнерства. Для этого нужны иные методы.

В работе Гаврилова И.А. и Иващенко Н.С. [6] был предложен следующий перечень критериев оценки партнерских отношений:

- долговечность;
- глубина партнерских связей;
- возможность дублирования;
- надежность;
- динамика;
- эффективность.

Динамика партнерских отношений выражается в непрерывном расширении сфер взаимодействия. Совместное планирование и контроль деятельности, создание объединенных структур характеризуют глубину партнерских отношений. Возможность дублирования связей снижает риски нанесения ущерба в случае прекращения деятельности одного из партнеров. Надежность партнерства характеризуется качеством исполнения договорных обязательств, а эффективность партнерских взаимоотношений - минимизацией ущерба от недопоставок и нарушений договоренностей, внедрением оптимальных схем оплаты и условий выполнения договоров и т.д.

Данные факторы определены в работе как основные критерии в области партнерства, обеспечивающие повышение конкурентоспособности организации и характеризующее результаты, достигнутые в этой сфере деятельности.

Следует отметить, что современный анализ социально-экономической действительности свидетельствует о переключении акцента в бизнесе с его материально-технической составляющей на человеческие ресурсы, которые в числе факторов устойчивого развития руководители компаний сегодня ставят на первое место.

Наличие лидера, доверительные отношения в организации, общие цели, солидарная ответственность во многом определяют успех бизнеса. Это же касается и стратегического партнерства. Приверженность основной идее бизнеса, разделенное видение будущего, основанного на общих ценностях, формирование команды единомышленников, развитие и поддержание доверия – это то, что в современном мире является основой эффективности партнерских отношений. Формируются такие отношения не сразу, а путем длительной целенаправленной и планомерной работы и рассматривать их следует как один из результатов деятельности в этом направлении. Поэтому представленный выше перечень критериев оценки уровня достигнутого партнерства как фактора устойчивого развития бизнеса следует дополнить такими критериями как доверие между партнерами, приверженность и ответственность, для чего для каждого из критериев должна быть разработана соответствующая шкала.

Итак, устойчивое развитие организации в современных условиях во многом определяется степенью развития ее партнерских отношений. В целях управления развитием партнерских отношений должен быть разработан соответствующий механизм, в число методов и средств воздействия которого входят методика выбора надежного партнера, оценка уровня организации партнерства, основанная на реализации его принципов, и оценка результативности и эффективности партнерских отношений. При разработке соответствующего инструментария необходимо учитывать особенности современного этапа развития экономики и общества, парадигмой которого является выдвижение на первое место значимости человеческих ресурсов.

Список литературы

1. Иващенко Н.С. Концептуальный анализ понятия «устойчивое развитие бизнеса» / Современные задачи инженерных наук [Текст]: сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения» (11-12 октября 2017 года). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – 328 с. – С.87-91.
2. Uilson A., Charlton K. Partnership for distribution channels // MarketingWeek. – 1997. – № 5.
3. Иващенко Н.С., Тимохина Е.Ю. Стратегические партнеры корпорации // Международная научно-практическая конференция «Гуманитарные основания социального прогресса: Россия и современность», 25-27 апреля 2016, Москва, МГУДТ: сборник статей в 8 частях. Часть 6 / Под ред. В.С. Белгородского, О.В. Кащеева, В.В. Зотова, И.В. Антоненко. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. – 285 с., С. 201.
4. Hardy B., Waddington E., Hudson B. Assessing Strategic Partnership The Partnership Assessment Tool. - URL: https://www.researchgate.net/publication/265039661
5. Баранникова М.В. Иващенко Н.С. К вопросу о методах оценки уровня стратегического партнерства // Современные научные исследования и разработки, 2018. №11(28), т.1. С. 107-110.
6. Гаврилов И.А., Иващенко Н.С. Оценка уровня партнерских связей как одного из факторов конкурентоспособности организации // Маркетинг в России и за рубежом. М.: Изд. «Дело и сервис». 2009. №3 2009. URL: http://www.mavriz.ru/articles/2009/3/4941.html

УДК 67.02:351.71

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ РАБОТЫ ПО ГОСКОНТРАКТАМ
LIGHT INDUSTRY GOODS PRODUCTION MANAGEMNT UNDER CONDITIONS OF MANUFACTURING UNSER STATE CONTRACTS

Малюков Юрий Алексеевич, Силаков Алексей Викторович
Malyukov Yuriy Alexeyevich, Silakov Alexey Victorovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: avsilakov@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности организации производства товаров легкой промышленности при работе по госзаказам.

Abstract: Some features of the production organization of light industry goods under state contracts are considered.

Ключевые слова: организация производства, государственные контракты.

Keywords: production management, state contracts.

Работа по системе государственный контрактов предприятие легкой промышленности Российской Федерации имеет высокую важность на текущем историческом этапе построения госкапитализма, гражданского общества, рыночной экономики и суверенной демократии в легкой промышленности, что также отражено в майских указах Президента России В.В. Путина. Данная важность имеет двойственную природу, так как определяется мотивировкой стейкхолдеров двух типов:

- собственно государства, которое в сложившихся геополитических обстоятельствах вынуждено искать источники удовлетворения собственных потребностей в материально-техническом обеспечении (в том числе для нужд обороны и безопасности) из независимых от внешних интересантов источников, находящихся на территории России и дружественных стран ЕАЭС, подконтрольных российской юрисдикции и обеспеченных от рисков влияния иных юрисдикций в случае дальнейшего развития санкционных войн в ситуации нарастания внешнеполитической турбулентности,

- самих промышленных предприятий, нуждающихся в обеспечении устойчивого спроса и сбыта при оптимальном уровне конкуренции на свою продукцию, что является важнейшим условием решения задач производственного развития отрасли и в целом возрождения легкой промышленности в России. В этом отношении важность госзаказа для отечественных текстильных предприятий и предприятий других подотраслей легкой промышленности сложно переоценить. Работа по государственным контрактам позволяет отечественным предприятиям обеспечить устойчивое наращивание основных и оборотных средств, а также нематериальных активов (технологических ноу-хау) необходимых для дальнейшей экспансии также и на потребительских рынках. Таким образом, развитие госзакупок и работы по государственным контрактам в условиях отечественной легкой промышленности носит очевидный характер win-winстратегии как для государства, так и для предприятий.

Организация производства продукции в условиях работы по госконтрактам со своими специфическими условиями в части размещения заказа, его объемов, сроков исполнения, требуемого уровня логистического сервиса и условий оплаты – требует внедрения в систему организации производства предприятий специфических решений по управлению капитальными и оборотными активами в целях соответствия тем условиям, которые налагаются Федеральным законом 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд". Структура задачи реинжиниринга организации производства предприятия легкой промышленности для работы в рамках госзаказа выглядит следующим образом (рис. 1).

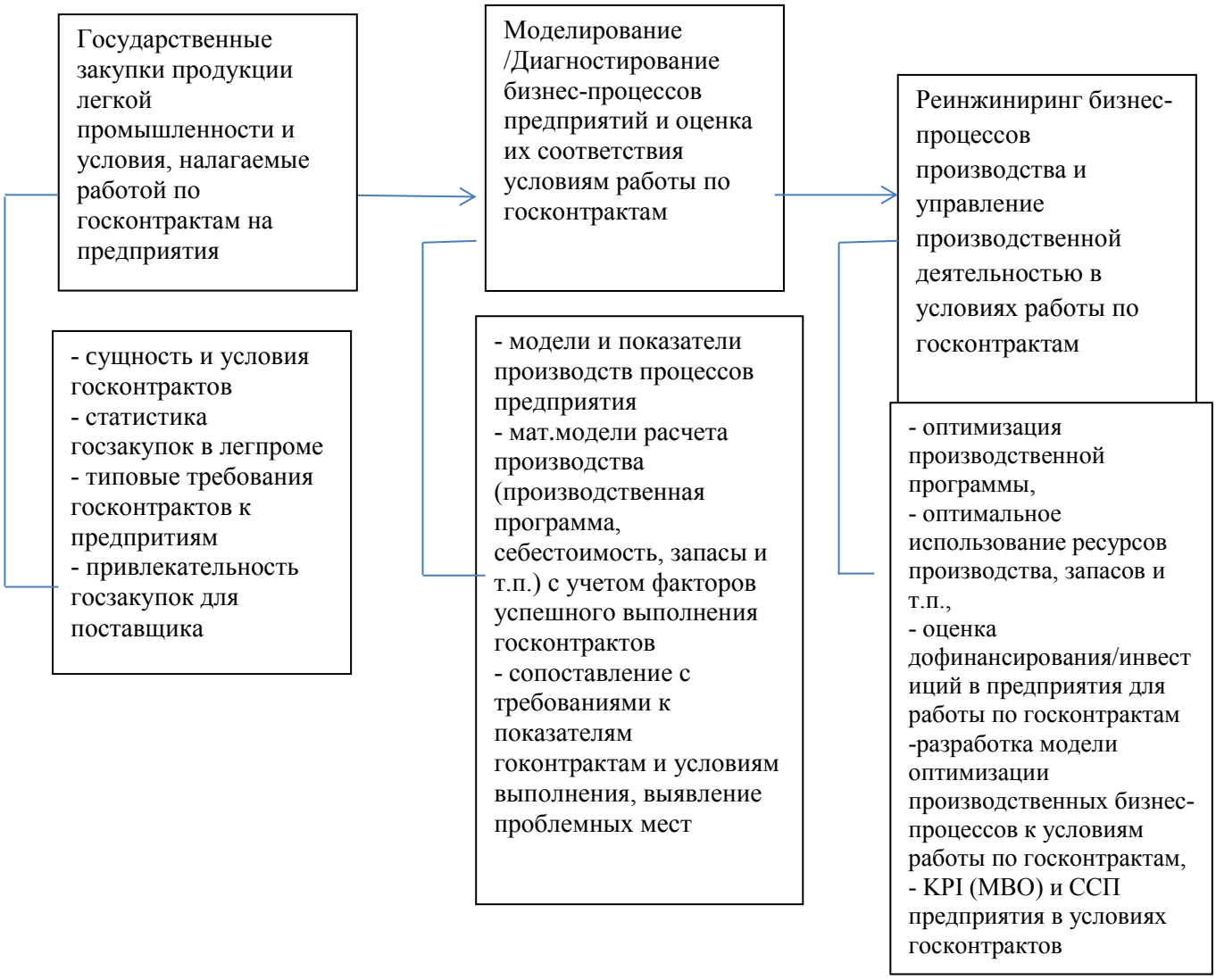


Рис. 1. Структура задачи реинжиниринга организации производства легкой промышленности для работы по государственным заказам

Предприятиям, планирующим начало работы по госконтрактам, следует рекомендовать проведение обследование и реинжиниринга бизнес-процессов по предложенной схеме в целях снижения рисков дальнейшей работы по госконтрактам.

Список литературы

1. Станякин С.В. Стимулирование развития промышленного комплекса на основе формирования эффективной государственной контрактной системы . Дис. …канд. экон. наук. Орел: Гос. ун-т - учебно-научно-произв. комплекс, 2014, 266 с.

2. Бурлаков Н.А. Развитие методического обеспечения управления социально-экономической подсистемой государственных закупок : на примере Санкт-Петербурга. Дис. …канд. экон. наук. Санкт-Петербург: С.-Петерб. гос. экон. ун-т. 2015, 221 с.

3. Иванова В.О. Формирование инновационно ориентированного механизма государственных закупок продукции промышленного производства. Дисс. …канд. экон. наук. Екатеринбург: Ур. гос. эконом. ун-т, 2015, 180 с.

4. Шабанова Е. В. Экономические проблемы надёжности контрактной системы в сфере закупок: региональный аспект. Дисс. …канд. экон. наук. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2014, 113с.

5. Мячин Н.В. Механизм противодействия теневым экономическим явлениям в сфере закупок для обеспечения государственных нужд. Дис. …канд. экон. наук. Санкт-Петербург: Междунар. банковский ин-т, 2017, 149 с.

УДК 338.45

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОРПОРАЦИИ
THE IMPACT OF ECONOMIC FACTORS ON THE EFFICIENCY OF THE CORPORATION

Ерохин Евгений Сергеевич *, Зернова Людмила Евгеньевна **
Erokhin Evgeniy Sergeevich *, Zernova Liudmila Evgenievna **

**ООО группа компаний «АКТРОС МЕНЕДЖМЕНТ ГРУПП»*
**OOO group of companies "AKTROS MANAGEMENT GROUP»*
*** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва*
*** The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail:dekfem@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности деятельности корпорации и определения эффективности ее функционирования. Проведен сравнительный анализ методик комплексной оценки эффективности деятельности предприятий. Выявлены преимущества и недостатки каждого из методов. Уточнены требования к созданию методики оценки эффективности деятельности корпорации. Определены блоки и элементы, на основании которых будет производиться оценка эффективности.

Abstract: Features of the corporation and determine the effectiveness of its operation are considered. The comparative analysis of methods of a complex assessment of efficiency of activity of the enterprises is carried out. Advantages and disadvantages of each method are revealed. The requirements for the creation of a methodology for assessing the effectiveness of the corporation are clarified. Blocks and elements on the basis of which the efficiency assessment will be made are defined.

Ключевые слова: корпорация, эффективность деятельности, метод оценки, предприятие.
Keywords: corporation, efficiency of activity, valuation method, enterprise.

Повышение эффективности деятельности - это основное условие повышения конкурентоспособности корпорации в условиях рыночной экономики, экономической неопределенности, действия экономических санкций. Анализ эффективности важен на всех уровнях экономики для принятия оптимальных управленческих решений и достижения поставленных целей, в том числе стратегических [1, 2, 3, 4].

Эффективность - это мера экономичности и результативности использования труда, капитала, материалов, времени, оборудования, энергии, информации и других ресурсов при производстве продукции (услуг), имеющих спрос у потребителей. Анализ эффективности может позволит принять решения, позволяющие улучшить текущую деятельность корпорации и повысить производительность труда [1, 2, 3].

Каждый из показателей деятельности корпорации зависит от большого количества различных факторов, которые целесообразнее рассматривать по отдельности. Из этого следует, что анализ и расчет влияния разного рода факторов на экономические показатели является важным аспектом в анализе деятельности корпорации и подтверждает актуальность данной проблемы. Без полного и глубокого анализа факторов нельзя сделать обоснованный вывод о результатах деятельности, невозможно выявить резервы производства, а также аргументировать принятие верных управленческих решений.

Проведем анализ и рассмотрим в агрегированном виде сравнение различных методик определения интегрального показатели комплексной оценки эффективности деятельности предприятий (табл. 1). Выявим недостатки, не позволяющие использовать данные методы для оценки эффективности деятельности корпораций [10].

Таблица 1. Сравнительный анализ методик комплексной оценки эффективности деятельности предприятий

Методика	Преимущества	Недостатки
1. Рейтинговая оценка финансового состояния и деловой активности предприятия (Баканов М.И. и Шеремет А.Д.)	Основана на данных публичной отчетности; оценка является сравнительной; используется гибкий вычислительный механизм.	Сложность перехода от полученной оценки к конкретным практическим мерам; не показывает дистанцию между двумя предприятиями, а указывает только порядок их положения. Не учитывает специфики оценки корпорации.
Оценка безопасности предприятия (Бендиков М.А.)	Включает разносторонние группы показателей (производственные, финансовые, социальные индикаторы); выделяет различные качественные состояния предприятия.	Сложность перехода от полученной оценки к конкретным практическим мерам. Не учитывает специфики оценки корпорации и взаимосвязей в ней.
Комплексная оценка уровня развития текстильного производства (Иващенко Н.С.)	Включает разносторонние группы показателей (производственные, технологические, социальные), выделяются различные степени развития предприятия.	Трудность нахождения обоснованных нормативов, жесткость (не гибкость) используемого алгоритма расчета (индексный метод). Не учитывает специфики оценки корпорации.
Методика образования интегрального показателя устойчивости функционирования производственно-сбытовой системы (Колобов А.А., Омельченко И.Н. и др.)	Анализируются несколько групп показателей; это показатели непосредственной деятельности предприятия, а не конечные агрегированные показатели общей отчетности.	Большая трудоемкость расчета нормативных (оптимальных) показателей, необходимость их постоянного обновления, что связано с большими затратами на исследования рыночной среды, конкурентов и т.д. Не учитывает специфики оценки корпорации.
Комплексный показатель оценки эффективности антикризисной программы предприятия (Лактионов А.В.)	Основана на данных публичной отчетности; отличается малой трудоемкостью и доступностью расчета; включает показатели, характеризующие финансовую деятельность предприятия и условия банкротства.	Комплексный показатель не характеризует все стороны деятельности предприятия и не отражает специфики проведения оценки группы предприятий в корпорации.
Интегральный показатель устойчивости фирмы (Васильев А.А.)	Основан на отчетности предприятия; используется четкий, универсальный механизм сравнения показателей; включает показатели оценки сбыта, снабжения, маркетинга.	Показатель не оценивает всесторонне деятельность фирмы; не отражает специфику оценки группы предприятий в корпорации.
Методика агентства по банковскому надзору CAMEL	Позволяет оценить каждый из разносторонних показателей и учесть значимость в общей оценке по разделу; более высокая точность расчета по рейтинговым таблицам.	Достаточно высокая трудоемкость расчетов и сбора исходной информации; применима только для банка; не учитывает особенность функционирования в группе предприятий в корпорации.

Таким образом, с нашей точки зрения, для более полного и всестороннего анализа деятельности корпорации и определения ее эффективности необходимо использовать сводный интегральный показатель эффективности, как результат влияния использования различных ресурсов на обобщающий показатель [1, 2, 6, 7]. На основе анализа приведенных методик и с учетом цели данного исследования, необходимо учесть следующие факторы при создании методики определения сводного интегрального показателя экономической эффективности корпорации: - методика должна быть построена на основе разносторонней информации о деятельности корпорации; - методика должна учитывать различные показатели, определяющие использование, так как именно они определяют полноту, всесторонность и точность оценки деятельности корпорации; - она должна характеризовать выявление различных качественных состояний по направлениям деятельности корпорации и входящих в нее предприятий; - в ней должны быть учтены специфические особенности создания и функционирования корпорации; - методика должна иметь независимость от масштабов деятельности корпорации и состава ее участников; - методика должна быть реализована на основе сбора и обработки той информации, которая доступна пользователям.

Мы отдаем предпочтение именно рейтинговой оценке эффективности деятельности корпорации (интегральному сводному показателю) по следующим причинам: как показывает анализ, очень сложно оценить синергетический эффект от функционирования корпорации. Попытка определения синергетического эффекта от деятельности корпорации были предприняты в тории и практике российской экономики. Но при этом используется очень сложный математический механизм и для построения оценки требуется информация, которую трудно, а часто и невозможно получить на действующих предприятиях корпорации [5, 8, 9].

- в действующую корпорацию может входить очень значительное число предприятий и фирм, в том числе производственные предприятия, предприятия торговли, сферы услуг, научно-исследовательские организации. Эти предприятия и фирмы имеют свою специфику, которая должна быть отражена в комплексном показателе (при определении рейтинга);
- при расчете комплексного показателя должны быть учтены разные стороны, направления и ресурсы деятельности предприятий и фирм (материально-техническое снабжение, производственная деятельность, сбытовая логистика и маркетинг, финансы и др.);
- при оценке деятельности корпорации необходимо учесть целостность системы функционирования и основополагающие принципы ее существования.

В разработанной нами системе оценки рейтинг корпорации будет определяться по следующим блокам и элементам, входящим в совокупность объединившихся предприятий и фирм: материально-техническое снабжение корпорации и входящих в нее предприятий; производственная деятельность каждого из предприятий, входящего в корпорацию, по использованию основных ресурсов (сырья, основных средств, труда), а также общая оценка всех предприятий корпорации по их производственной деятельности; сбытовая логистика и маркетинг на отдельном предприятии и в целом по корпорации; финансы отдельного предприятия (фирмы) и корпорации в целом; деятельность каждого из торговых предприятий, которые могут входить в корпорацию и общая оценка торговой деятельности в корпорации; оценка отдельных предприятий сферы услуг и общая оценка сферы услуг в составе корпорации; оценка деятельности отдельных научно-исследовательских институтов или конструкторских бюро в составе корпорации и общая оценка их деятельности в составе корпорации; общая оценка менеджмента корпорации. Таким образом, представленная система позволяет всесторонне оценить деятельность корпорации и входящих в нее предприятий, используя доступную публичную информацию о ее деятельности.

Список литературы

1. Ерохин Е.С., Зернова Л.Е. Анализ и оценка деятельности корпорации в текстильной промышленности // Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума

«Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного научно-технического Форума «Первые международные Косыгинские чтения». - 2017.- с. 29-32.
2. Зернова Л.Е., Ерохин Е.С. Организационно-экономический механизм создания, функционирования и оценки деятельности финансово-промышленных групп. // Москва – 2009 – 165 с.
3. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Сборник статей международной научно-практической конференции - 2017.- с. 74-76.
4. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Деловая активность корпораций как фактор роста эффективности // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции - 2016. - с. 114-115.
5. Зернова Л.Е., Желудкова А.С. Анализ качества взаимодействия предприятий – участников корпорации // Сборник статей Международной научно-практической конференции – 2016 .- с. 135-137.
6. Зернова Л.Е., Андреева А.Д. Проблемы стратегического управления бизнесом корпораций // Наука и инновации. - 2016. - с. 52.
7. Зернова Л.Е. Оценка блока «Рейтинг промышленных предприятий» в корпорации // Научное издание. - Московский государственный университет дизайна и технологии. – Москва - 2014 - с. 96-102.
8. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Оценка деятельности корпорации на основе определения показателей корпоративного взаимодействия // Международный академический вестник. - 2014. - № 1. - с. 61-65
9. Зернова Л.Е. Учет синергетических факторов при объединении текстильных предприятий в корпорацию // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции - 2013. - с. 52-54.
10. Зернова Л.Е., Ильина С.И. Анализ различных методик комплексной оценки деятельности корпорации // Инновационные технологии управления и права. - 2012. - № 3 (4). - с. 70-73.

УДК 331.101.6

ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В ОБРАБАТЫВАЮЩЕМ КОМПЛЕКСЕ КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЗАДАЧА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

THE INCREASE IN LABOR PRODUCTIVITY IN THE MANUFACTURING COMPLEX AS A STRATEGIC TASK OF THE MODERN RUSSIAN ECONOMY

Шальмиева Диана Борисовна
Shalmieva Diana Borisovna
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: diana_sh@inbox.ru)

Аннотация: в статье обосновывается необходимость повышения производительности труда на предприятиях обрабатывающего комплекса как стратегической задачи развития экономики страны.

Abstract: The article substantiates the need to increase labor productivity in the enterprises of the processing complex as a strategic task for the development of the country's economy.

Ключевые слова: производительность труда, обрабатывающий комплекс, развитие экономики.

Keywords: labor productivity, processing complex, economic development.

Достижение высоких темпов роста производительности труда в промышленности, в том числе, на предприятиях обрабатывающего комплекса, – одна из важнейших задач развития экономики и непременное условие неуклонного повышения материального благосостояния трудящихся. Рост производительности труда является главным фактором повышения эффективности общественного производства.

Современные условия хозяйствования предприятий обрабатывающего комплекса характеризуются небольшими темпами роста основных экономических показателей, о чем свидетельствуют данные Федеральной службы государственной статистики.

По данным Росстата в разделе «Социально-экономическое положение России в 2018 году» темп роста производства по обрабатывающему комплексу в 2018 году по сравнению с 2017г. составил 102,6%, в декабре 2018г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года - 100,0%. Объем отгруженных товаров собственного производства (работ, услуг) по основным видам производств обрабатывающего комплекса возрос, однако, по производству кожи и изделий из кожи произошло снижение.

По данным обследования деловой активности в январе 2019г., в котором приняли участие 3131 организация обрабатывающих производств (без малых предприятий), значение индекса предпринимательской уверенности составило (-2%). По производствам, относящимся к легкой промышленности, среднее значение данного показателя составило (-5). Снижение данного важнейшего показателя развития российской экономики свидетельствует о существующих негативных отраслевых процессах.

Производства, относящиеся к легкой промышленности, в целом за 2018 год показали рост (кроме производств кожи и изделий из кожи). В частности, индекс производства текстильных изделий в 2018г. по сравнению с 2017г. составил 103,6%, в декабре 2018г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года - 104,4%.

Темпы роста производства одежды в 2018г. по сравнению с 2017г. составил 104,1%, в декабре 2018г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года - 96,8%.

Объемы производства кож и изделий из кожи в 2018 году снизились. Индекс производства кожи и изделий из кожи в 2018г. по сравнению с 2017г. составил 96,3%, в декабре 2018г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года - 97,4%.

Изменение значений показателей, представленных Федеральной службой государственной статистики, требует тщательного изучения и объяснения с целью принятия оперативных мер по улучшению ситуации по производствам, показывающим устойчивое снижение. Однако, многие из них за последние годы прошли техническое перевооружение, следовательно, основные средства должны быть использованы в полном объеме. В сложившейся ситуации одним из важнейших шагов будет являться эффективное использование как людских, так и технических ресурсов.

Президент РФ Владимир Путин обеспокоен существенным отставанием России от эффективных экономик в производительности труда. Он поставил задачу добиться роста производительности труда в 5-6% ежегодно.

"В целом по показателям в этой сфере (производительность труда) Россия более чем в два раза уступает эффективным экономикам, а благодаря мощному технологическому прогрессу, который в мире сейчас поступательно развивается, этот разрыв может серьезно возрасти, если мы своевременно не будем на это реагировать", - предупредил глава государства на заседании Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам. Путин назвал повышение производительности труда "ключевым вопросом экономического развития".

"Нам нужно форсированно наращивать производительность труда, ежегодно минимум на 5-6%", - потребовал Путин. По его словам, "за этими цифрами - рост эффективности экономики и предприятий, создание современных рабочих мест и достойная заработная плата, а значит - будут увеличиваться и доходы граждан, они смогут обеспечивать свои семьи, детей, хорошие профессиональные перспективы откроются и для молодежи, которая только выходит на рынок труда". "Совместно с регионами, предприятиями, бизнесом следует

выстраивать четкую, работающую систему поддержки занятости и трудовой мобильности", - подчеркнул президент.

"Важно найти баланс между задачами роста производительности труда и интересами бизнеса, и интересами людей, права граждан на труд, безусловно, должны быть защищены в условиях новой технологической революции", - указал Путин.

Производительность труда – показатель плодотворности целесообразной деятельности людей, измеряемой количеством продукции, произведенной в единицу рабочего времени. Чем больше вырабатывается продукции в единицу времени, тем меньше расходуется труда на единицу продукции, тем меньше трудоемкость продукции, исчисленная в человеко-часах [1].

Производительность труда зависит от многих факторов и условий. Факторами называются движущие силы или причины, под влиянием которых изменяется уровень производительности труда.

Факторы роста производительности труда можно определить в три основные группы:

1. Материально-технические, зависящие от качества, уровня развития и степени использования средств производства, в первую очередь, орудий труда;

2. Социально-экономические, зависящие от состава рабочих кадров, их квалификации, характера и условий труда, отношения работников к труду;

3. Организационные, включающие организацию производства, труда и управления [3].

Сила действия всех факторов зависит от естественных и общественных условий, в которых они проявляются и используются. Естественные условия – это климат, почва, природные ресурсы и т.п. Их влияние особенно велико в добывающих отраслях. Общественные условия – это система производственных отношений, от которых зависят общественная организация труда, характер воспроизводства и использования рабочей силы, отношение работников к труду и средствам производства. Эти условия воздействуют, прежде всего, на социально-экономические и организационные факторы [1].

Система управления производительностью труда включает в себя измерение и оценку производительности, анализ факторов повышения производительности труда для стратегического и оперативного планирования с учетом потребностей бизнеса, постоянный контроль внедрения запланированных мероприятий, а также разработку программ мотивации персонала за конкретные результаты повышения производительности труда.

Так как прибыль отражает результаты всех видов деятельности предприятия — производственной, непроизводственной и финансовой, на размерах прибыли отражаются все стороны деятельности предприятия. Так, рост производительности труда означает снижение его затрат на единицу продукции, соответственно при нормальных условиях работы должны относительно снижаться расходы на оплату труда в расчете на единицу продукции. Улучшение использования основных производственных фондов означает, что относительно сокращаются затраты на их содержание и эксплуатацию, уменьшаются амортизационные отчисления в себестоимости отдельных изделий. Данный процесс, как и экономия материальных затрат, увеличивает прибыль и эффективность ее использования.

Важным этапом аналитической работы на предприятии является поиск путей для повышения производительности труда, которые можно классифицировать следующим образом:

1. Повышение технического уровня производства в результате механизации и автоматизации производства; внедрения новых видов оборудования и технологических процессов; улучшения конструктивных свойств изделий; повышения качества сырья и применение новых конструктивных материалов;

2. Улучшение организации производства и труда путем повышения норм труда и расширения зон обслуживания; уменьшение числа рабочих, не выполняющих нормы; упрощение структуры управления; механизация учетных и вычислительных работ; повышение уровня специализации производства;

3. Структурные изменения в производстве вследствие изменения удельных весов отдельных видов продукции; трудоемкости производственной программы; доли покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий; удельного веса новой продукции [5].

Снижение темпов роста производительности труда отрицательно сказывается практически на всех сторонах производственно-хозяйственной деятельности предприятия, что наглядно демонстрирует "ловушка производительности" (рис.3).

Существует несколько классификаций резервов роста производительности труда:

- резервы улучшения использования живого труда (рабочей силы) - все резервы, связанные с организацией условий труда, повышением дееспособности работающих, структурой и расстановкой кадров, созданием организационных условий для бесперебойной работы, а также с обеспечением достаточно высокой материальной и моральной заинтересованности работников в результатах труда,
- резервы более эффективного использования основных и оборотных фондов - резервы лучшего использования основных производственных фондов (машин, механизмов, аппаратуры и пр.) по мощности и по времени, а также резервы более экономного и полного использования сырья, материалов, комплектующих изделий, топлива, энергии и других оборотных фондов [3].

Управление производительностью неразрывно связано с управлением качеством (процессом обеспечения качества), планированием (процессом, определяющим, что должно быть сделано для повышения эффективности), измерением трудозатрат и разработкой смет (процессом оценки экономичности), бухгалтерским учетом и финансовым контролем (службами, ведающими оценкой прибыльности) и кадровой службой. Управляют производительностью менеджеры.

Однако, следует иметь в виду, что не любую работу можно нормировать. Труд исполнителя не имеет смысла регламентировать, если работа не носит непрерывного характера, объем выполняемой работы мал, сотрудники выполняют разнородные задачи.

Существующие весьма многообразные методы нормирования труда подразделяются на группы:

Неформальные методы - весьма субъективны и не точны, хотя и довольно просты и относительно дешевы. Эти методы основываются на мнении экспертов.

Полуформальные методы – базируются на наблюдениях за работниками. Точность метода выше, затраты на нормирование выше. При установлении соответствующей нормы требуется определенное время для сбора статистических данных. Исходная статистика формируется на основе выборок, которые охватывают далеко не весь объем работы исполнителя [1].

Задача повышения эффективности использования трудовых ресурсов является сложной и многогранной, решение которой зависит от совершенствования всей системы управления трудовыми ресурсами. И особое значение здесь приобретают вопросы учета и анализа численности персонала и отработанного времени. Именно учет и анализ в организационной совокупности с другими функциями управления образуют рабочий механизм управления системы, являясь средством выработки и принятия оптимальных решений в управлении предприятием.

Трудовые ресурсы предприятий являются одним из важнейших производственных факторов, прямо и непосредственно влияющих на результативность деятельности предприятия.

Достаточная обеспеченность предприятия нужными трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеют большое значение для роста объема производства и повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Правильная оценка хозяйственной деятельности позволяет установить наиболее действенное, соответствующее затраченному труду, материальное поощрение, выявить имеющиеся резервы, которые не были учтены плановым заданием, определить степень выполнения заданий и на этой основе разработать новые

задания, ориентировать трудовые коллективы на принятие более напряженных планов. Данные задачи решаются с помощью экономического анализа, направленного на системное изыскание и мобилизацию внутренних резервов и, прежде всего, резервов роста производительности труда.

В этой связи, в совокупности с вышеизложенными возможностями эффективного использования живого труда, необходимо изучение и применение современных методов повышения производительности овеществленного труда, выраженного в современных основных средствах предприятий обрабатывающего комплекса [8].

Список литературы

1. Фединский Ю.И. Справочник официальных определений и терминов по экономике и финансам - М.: Экзамен, 2016.
2. Жиделева В.В. Экономика предприятия. В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. - М.:ИНФРА-М, 2015.
3. Выявление и оценка резервов роста производительности труда на промышленных предприятиях (объединениях): Методические рекомендации НИИ труда. – М: Экономика., 1990.
4. Дидье Нуайе. Повышайте производительность труда (на спирали). - М.: Претекст, 2017.
5. И. Окунева. О резервах повышения производительности труда.- М.: Медиа, 2017.
6. Путин В.В. Выступление на заседании совета по стратегическому развитию: https://tass.ru/ekonomika/4112616. М., 21.03.2017г.
7. Федеральная служба государственной статистики: Социально-экономическое положение России - 2018 г., http://www.gks.ru/
8. Шальмиева Д.Б. Управление производительностью общественного труда на предприятиях швейной промышленности. Диссертация на соискание ученой степени канд. техн. наук. М.: МГАЛП, 1994. – 124 с.

УДК 338.242

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МАРКИРОВКИ ОБУВИ В РФ
ESSENCE AND FEATURES OF MARKING OF FOOTWEAR IN THE RUSSIAN FEDERATION

Страчкова Екатерина Геннадьевна
Strachkova Ekaterina Gennadevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: strkate@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрена сущность понятия маркировка товаров в РФ. Проанализированы некоторые особенности маркировки обуви в стране и необходимые документы для проведения маркировки обуви. Приведены порядок и предварительные результаты эксперимента по маркировки обуви в РФ.

Abstract: The essence of a concept marking of goods in the Russian Federation is considered.

Some features of marking of footwear in the country and necessary documents for carrying out marking of footwear are analysed. The order and preliminary results of an experiment on markings of footwear are given in the Russian Federation.

Ключевые слова: маркировка, маркировка обуви, оператор системы маркировки обуви, обувной рынок, эксперимент по маркировке обуви

Keywords: marking, marking of footwear, operator of a system of marking of footwear, the

shoe market, experiment on marking of footwear.

Существует достаточно много определений понятия маркировка.

Маркировка (от нем. markieren, от фр. marquer, англ. mark — отмечать, ставить знак) — нанесение условных знаков, букв, цифр, графических знаков или надписей на объект с целью его дальнейшей идентификации (узнавания), указания его свойств и характеристик [1].

Маркировка — текст, условные обозначения и рисунки на упаковке и (или) продукции [2].

Таким образом, маркировка выполняет функции идентификатора, источника информации и эмоционального стимулятора. Правила маркировки задаются специальными ГОСТами, например, ГОСТ 19433—88. До некоторого времени маркировка наносилась для определения срока годности на товаре, сегодня маркировка товара наносится не только для идентификации товара.

С 2018 года в РФ происходит расширение маркировки товаров:

- Правительством РФ утверждена Концепция создания и функционирования системы маркировки и прослеживаемости движения товаров;
- утверждены модель функционирования системы маркировки товаров средствами идентификации и перечень из десяти групп товаров, подлежащих обязательной маркировке, среди них табачная продукция, духи и туалетная вода, различные предметы одежды, обувные товары, фотокамеры соответствии с Распоряжением Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р [3];
- введены эксперименты по маркировке табачных изделий, лекарств, а также изделий из серебра, золота и драгоценных камней;
- введен эксперимент по маркировке обуви средствами идентификации Постановлением Правительства РФ №620 от 30 мая 2018 года с 1.06.18 по 30.06.19 [4];
- Федеральным законом от 03.08.2018 № 281-ФЗ ратифицировано Соглашение о маркировке товаров средствами идентификации в ЕАЭС;
- Минпромторгом России 3 сентября 2018 года утверждены Методические рекомендации для участников эксперимента по маркировке средствами идентификации и мониторингу оборота обувных товаров, соответствующих кодам ТН ВЭД ЕАЭС 6401-6405, в РФ [5];
- Федеральным законом от 25.12.2018 № 488-ФЗ создается единая информационная система маркировки товаров;
- в 2019 г. Минпромторг России рассчитывает принять решение о маркировке пива;
- Минсельхоз России подготовил законопроект, обязывающий маркировать и чипировать домашних животных, а также скотину в личных подсобных и фермерских хозяйствах.

Пока маркировка обязательна только для одной группы товаров: шуб и изделий из меха, которые помечаются RFID-метками. К 2024 году Правительство РФ планирует сделать маркировку сплошной: охватить все товары на рынке.

Курирует проект по маркировке Минпромторг, а за обеспечение эксперимента отвечают Минфин, Министерство цифрового развития, ФСБ, ФНС, ФТС и Роспотребнадзор.

Главная ответственная сторона — оператор системы маркировки. Им назначена частная компания - Центр развития перспективных технологий (ЦРПТ), которая разрабатывает и поддерживает систему маркировки, создает и защищает цифровые коды за собственный счет, а не на бюджетные средства. Предполагается, что это государственно-частное партнерство поможет снизить нагрузку на государственный бюджет.

Российский рынок обуви характеризуется преобладанием импортного товара в объёме предложения и значительной долей контрафактной продукции, как завезённой в страну, так и произведённой внутри её территории. Доля теневого производства обуви в России от общего объёма выпуска по итогам последних лет составила 41-43%; доля теневого импорта от общих поставок продукции в страну - 55-57%. Таким образом, объём контрафактной

продукции на рынке обуви превысил 43-45% от суммарного объёма предложения [6]. Одной из целей государства по введению маркировки обуви является вытеснение контрафакта из логистической цепочки, что позволит обелить рынок, остановить незаконный ввоз, производство и оборот обуви.

Пилотный проект по маркировке и прослеживанию обуви стартовал 1 июня 2018 года. Проект продлится до 30 июня 2019 года, а обязательная маркировка обуви стартует 1 июля 2019 года в соответствии с распоряжением правительства.

Технологической платформой пилотного проекта по маркировке обуви стала национальная система Честный ЗНАК. Честный ЗНАК — Национальная система цифровой маркировки и прослеживаемости товаров Центра развития перспективных технологий, созданного для реализация глобальных проектов в цифровой экономике. С начала 2018 года она уже внедрялась в пилоте по маркировке табачных изделий и может легко масштабироваться на новые товарные категории [7].

В рабочую группу эксперимента по маркировке обуви вошли ключевые игроки обувного рынка – производители, логистические компании и ретейл. Среди них: логистическая компания Smartlines, «Кари», Zenden, «Спортмастер», «Дом одежды», «Егорьевск-обувь», «Котофей», «Азия Трейд Компания», «Московская Ордена Трудового Красного Знамени обувная фабрика «Парижская коммуна», логистическая компания Akfa, «ЛС Импорт», ГК «Обувь России», « Каприс-Восток», «Тандем», «Техноавиа», АХА [8].

ЦРПТ совместно с участниками оборота и отраслевыми ассоциациями разработал дорожную карту подключения к системе маркировки представителей обувного бизнеса. Рекомендации направлены на согласование в Минпромторг.

«За несколько месяцев до начала пилота мы начали отрабатывать с бизнесом основные технологические вопросы и благодарны пионерам данного проекта за активное участие в работе. Опыт проведения эксперимента по маркировке табака позволит нам провести пилот в новой товарной группе без серьезных технических сложностей. Реальная заинтересованность представителей рынка дает нам уверенность в том, что отведенного на проект времени будет достаточно для комфортного перехода к обязательной маркировке», – заявил председатель совета директоров ЦРПТ Михаил Дубин [8].

«Рекомендации по этапам создавались с учетом технологических и логистических особенностей рынка, они адаптированы под обувную отрасль и позволят в комфортном для бизнеса формате и с минимальными инвестициями перейти к обязательной маркировке продукции. Рассчитываем, что они будут приняты без серьезных изменений», - приводит пресс-служба слова руководителя товарной группы «Обувь/Легпром» ЦРПТ Веры Волковой [9].

Согласно дорожной карте, с 1 июля по 1 октября 2019 года участники оборота должны будут зарегистрироваться в системе, а производители и импортеры подать заявку на получение оборудования (регистраторов эмиссии), которое будет предоставляться за счет ЦРПТ. Уже на этом этапе участники могут начать маркировать остатки продукции. Упрощенные коды компании смогут получить в личном кабинете в самой системе, без необходимости использования регистраторов.

С 1 октября 2019 по 1 февраля 2020 года планируется выдача оборудования и наладка работы, а с 1 февраля 2020 года - запрет на производство, импорт, розничную торговлю и оборот немаркированной продукции и обязательная передача в систему маркировки информации обо всех операциях с маркированными товарами. Остатки с упрощенными кодами могут продаваться в течение двух лет с момента ввода продукции в оборот [9].

В отличие от табачных изделий, потребитель сможет вернуть обувь назад в магазин, система будет опознавать такой товар и возвращать его в оборот. Еще одним отличием маркировки в легкой промышленности является большая доля импорта товаров отрасли на российский рынок. Для этого ЦРПТ обеспечит маркировку товаров до помещения их под таможенные процедуры; формат взаимодействия с импортерами будет отработан во время пилотного проекта.

Через цифровой код можно будет проследить весь путь каждой пары обуви – от производства до вывода товара из оборота. Система фиксирует переход товара от собственника к собственнику на каждом этапе логистической цепочки, что делает невозможным вброс нелегальной продукции. Вывод товара из оборота будет производиться путем получения сведений от операторов фискальных данных при розничной, мелкооптовой продаже, продаже через интернет и через передачу данных с помощью интерфейса информационной системы проекта.

Обязательная маркировка обуви уже действует: производители наносят на обувь и упаковку метки с данными о марке, модели, материалах, бренде и производителе, стране происхождения, для кожаной обуви — о виде кожи. Эта информация не зашифрована, а сама метка должна быть крупной и разборчивой, чтобы покупателю было легко ее прочитать и проверить, все ли соответствует действительности.

За достоверность указанных данных отвечают производитель, импортер и розничный продавец. Продавать обувь без маркировки нельзя. Такой порядок маркировки обуви регулируется ГОСТом Р 53917-2019 и Техническим Регламентом Таможенного Союза «О безопасности продукции легкой промышленности» (ТР ТС 017/2011).

Новая маркировка обуви с 2019 года — электронная. На обувь будут наносить цифровой код DataMatrix. Информация в нем приведена к унифицированному формату, зашифрована в виде последовательности символов и защищена от подделки с помощью криптографических технологий.

Код будут печатать на обувной коробке или на ярлыке производители и импортеры. Генерировать коды будет оператор системы маркировки — ЦРПТ. Для каждой пары обуви код маркировки будет создаваться отдельно. Коды невозможно подделать, они не повторяются в течение нескольких лет, а при продаже промаркированной обуви не списываются (в отличие от кодов для сигарет). Это сделано, чтобы предусмотреть возврат товара. В этом случае обувь с кодом вернется в оборот.

С 1 июня 2018 маркировка обуви работает в экспериментальном порядке, что означает возможность подключения к пилоту в любой момент и на добровольной основе.

Эксперимент необходим, чтобы протестировать схему взаимодействия между участниками рынка; проверить работу самого механизма маркировки; смягчить для бизнеса переход на новый порядок: дать время освоить правила, перестроить рабочие процессы.

На этом этапе проекта коды маркировки для обуви генерируются бесплатно. Наказаний за нарушение порядка работы — то есть штрафов или других санкций, — до 1 июля 2019 не будет. Таким образом, эксперимент по маркировке обуви также страхует участников на случай технических сложностей.

Как и в аналогичном пилотном проекте по сигаретам, участники будут включаться постепенно: первыми — производители, затем — оптовики, потом — розница и, видимо, только на последнем этапе — импортеры. На основе подведения результатов пилотного проекта будут внесены поправки в документы по маркировке обуви, когда будут отлажены технологические процессы, определится окончательный порядок работы и будет установлена плата за создание кодов для товаров.

Предполагается, что с 1 июля 2019 года обязательная маркировка обуви будет действовать для всех участников рынка. Генерация кодов маркировки будет платной. Минпромторг предлагает установить с 1 июля 2019 плату в размере 50 копеек за один код без учета налога на добавленную стоимость.

Планируется, что маркировка обуви не приведет к ее подорожанию. Инициаторы маркировки ожидают снижения цен для покупателей минимум на 10%. Эти ожидания связаны с тем, что система прослеживаемости вытеснит с рынка контрафакт и подделки — а, следовательно, у легальных производителей увеличится доля рынка и вырастут объемы производства.

По рознице и по покупателю не должны ударить расходы, которых новые правила потребуют от производителей. Во-первых, сейчас на обувь уже и так наносится маркировка, только не в цифровом формате. Радикальных изменений в этом не произойдет. Изменится только способ представления данных. Во-вторых, для нанесения новой электронной маркировки выбрана максимально эффективная технология: простая, дешевая, удобная в нанесении.

ЦРПТ оценила выгоду от маркировки для бизнеса и государства намного превышающую возможные затраты на её введение. Наличие цифровой маркировки на товаре должно стать гарантией, что обувь произведена законно, а её качество соответствует заявленному. Сканируя код, можно получить всю информацию о товаре и его логистике. Маркировка обуви контрольными идентификационными знаками позволит усилить и автоматизировать контроль за её движением, а также позволит обелить обувной рынок, остановить незаконный ввоз, производство и оборот обуви, вытеснить контрафакт из логистической цепочки, а также повысить собираемость налогов и таможенных пошлин.

Список литературы

1. Словарь иностранных слов // 2019. https://howlingpixel.com/i-ru/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0
2. ГОСТ 17527-86 Упаковка. Термины и определения // 2019 http://www.norm-load.ru/SNiP/Data1/4/4244/index.htm#i524036
3. Перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации. Распоряжение правительства №792-р от 28 апреля 2018 // 2018 http://government.ru/docs/all/116441/
4. О проведении эксперимента по маркировке средствами идентификации обувных товаров на территории Российской Федерации. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.05.2018 г. № 620 // 2018 http://government.ru/docs/all/116735/
5. Методические рекомендации для участников эксперимента по маркировке средствами идентификации и мониторингу оборота обувных товаров, соответствующих кодам ТН ВЭД ЕАЭС 6401-6405, в РФ. Утверждены Минпромторгом РФ 03.09.2018г.
6. Страчкова Е.Г. Современные тренды в развитии российского обувного рынка //Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации -2016): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть3. – М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2016г. – с.279-282.
7. Маркировка обуви // 2019. https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/business/projects/footwear/
8. Маркировка обуви стартовала. ЦРПТ назначен оператором пилотного проекта по маркировке // 2018. https://www.shoes-report.ru/articles/ekspertnoe_mnenie/ markirovka_obuvi_startovala_tsrpt_naznachen_operatorom_pilotnogo_proekta_po_markirovke_/
9. Попова Н. Представлена дорожная карта внедрения маркировки в обувной отрасли. // 2018 https://fashionunited.ru/novostee/beeznyes/predstavlena-dorozhnaya-karta-vnedreniya-markirovki-v-obuvnoj-otrasli/2019031825156

УДК 336.64, 677.01

ОЦЕНКА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РФ
ASSESSMENT OF ECONOMIC AND FINANCIAL SITUATION OF ENTERPRISES MANUFACTURING TEXTILES IN RUSSIA

Ларионова Анна Анатольевна
Larionova Anna Anatolievna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: annla@list.ru)

Аннотация В настоящей статье авторами представлены результаты исследования финансово-экономического положения предприятий производству текстильных изделий. Основой исследования послужили статистические данные. Цель этого исследования - идентифицировать причины неустойчивого финансово-экономического положения

предприятий по производству текстильных изделий, развить научные и практические рекомендации по развитию текстильного производства.

Abstract In this paper, the authors presented the results of the study of economic and financial situation of enterprises manufacturing textile products. The study was based on statistical data. The purpose of this study is to identify the causes of the unstable financial and economic situation of enterprises for the production of textiles, to develop scientific and practical recommendations for the development of textile production.

Ключевые слова: производство текстильных изделий, финансовое состояние, результаты деятельности, государственная поддержка.

Key words: textile production, financial condition, results of activity, state support.

Сохранившиеся предприятия по производству текстильных изделий и производства одежды переживают сложные времена, что объясняется сокращением производства их продукции под влиянием объективных причин, обусловленных высокой конкуренцией на мировом рынке, зависимостью от импорта сырья, высоким уровнем физического и морального износа основных фондов. Вместе с тем, экономические изменения, в частности, связанные с ограничением и удорожанием импорта, открывают реальные возможности развития производств текстильных изделий. Востребованная продукция этих производств обладает значительным потенциалом импортозамещения.

Вопросы развития предприятий по производству текстильных изделий активно обсуждается в отечественной научной литературе. Вместе с тем, большинство исследований в рамках этого направления обращено к аспектам повышения конкурентоспособности текстильных и швейных предприятий [1], инновационного развития предприятий лёгкой промышленности в условиях нестабильности экономики [2; 3], развитию персонала текстильного предприятия [4]. Оценка финансово-экономического положения предприятий по производству текстильных изделий в РФ еще не получила адекватного отражения в современных научных исследованиях.

Исследование проблем финансово-экономического положения предприятий по производству текстильных изделий в РФ выполнило при помощи данных Единой межведомственной информационно – статистической системы (ЕМИСС), содержащие агрегированные показатели общего экономического состояния по виду деятельности текстильное и швейное производство до 2017 года; с 2017 года производство текстильных изделий (код ОКВЭД С13), производство одежды (код ОКВЭД С14).

В таблице 1 представлена динамика объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ, услуг собственными силами, по виду деятельности текстильное и швейное производство за 2010-2017 гг.

За анализируемый период 2010 - 2016-х годов отмечается положительная динамика производства текстильных изделий.

За период (рис.1) 2017-2018 гг. наблюдается умеренная положительная динамика объемов производства текстильных изделий.

Таблица 1. Динамика объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ, услуг собственными силами, по виду деятельности текстильное и швейное производство за 2010-2017 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016	2017
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ, услуг собственными сила, млн. руб.	205457	211780	212382	242860	264007	353610	351977	317415

Темп роста объема отгруженных товаров собственного производства, %	131,9	103,1	100,3	114,4	108,7	133,9	99,5	90,2
Абсолютное отклонение, млн.руб.	49668	6323	602	30478	21147	89603	-1633	-34562

**Данные уточнены с учетом итогов сплошного наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства за 2015 год.*

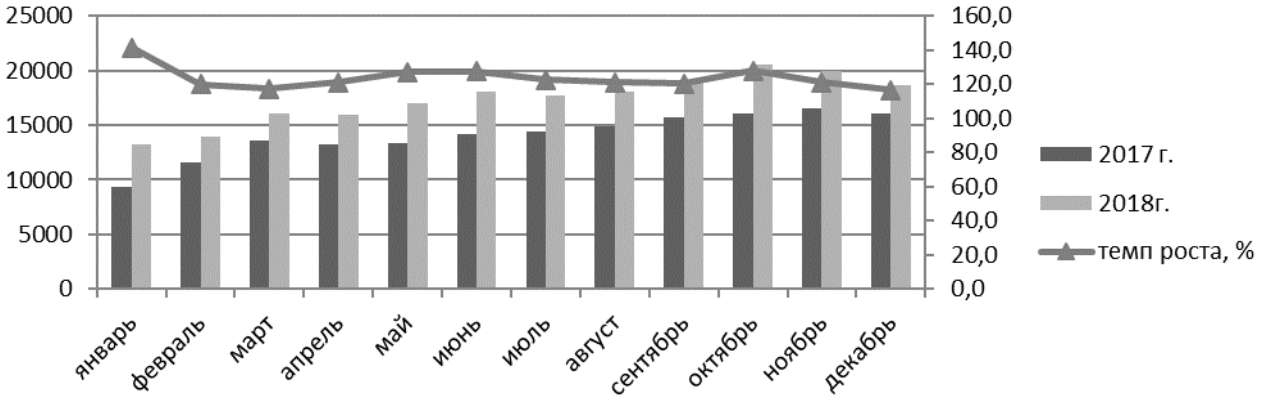


Рис. 1. Производство текстильных изделий (код ОКВЭД С13) за 2017 - 2018 гг., млн. руб.

Несмотря на наметившиеся положительные тенденции роста объёмов производства (рис.1 и рис.2) , уровень использования производственных мощностей находится на уровне не более 50%, а по производству отдельных видов изделий и менее 20%.

Перейдем к оценке показателей, показателей, характеризующих финансово-экономические результаты деятельности предприятий по производству текстильных изделий

Удельный вес прибыльных организаций в 2018 г. увеличился на 1,45% и составил, 70,45% , т.е. почти треть предприятий отрасли является убыточными. Финансовый результат прибыльных организаций увеличился на 10% , и составил в 2018 году 10 722 555 тыс. руб.

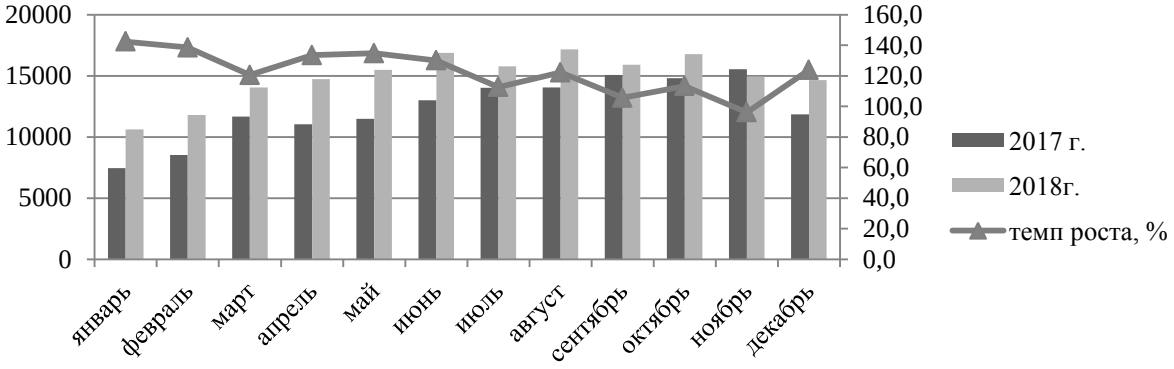


Рис. 2. Производство одежды (код ОКВЭД С14) за 2017 - 2018 гг., млн. руб.

Показатели, отражающие эффективность деятельности рентабельность деятельности и рентабельность активов находятся на невысоком уровне и составили в 2017 году соответственно 8,3% и 4% .

Среди относительных показателей, характеризующих финансовое состояние по производству текстильных изделий, на наш взгляд, можно выделить такие показатели, как коэффициенты автономии и текущей ликвидности [5]. Несмотря на рост коэффициента

автономии, его значение ниже нормативного (50%) [6; 7], т.е. только 41% из общей величины источников финансирования на 1 января 2018 года являются собственными. Степень зависимости от заемных средств предприятий по производству текстильных изделий высокая, данный показатель свидетельствует и о возможном снижении инвестиционной привлекательности производства текстильных изделий в дальнейшем. Коэффициент текущей ликвидности (отношение величины оборотных активов к величине краткосрочного заемного капитала) соответствует нормативному значению 203%, но является недостаточным для исследуемых предприятий, так как собственных оборотных средств недостаточно. Негативным моментом является рост просроченной дебиторской задолженности в 2018 году по сравнению с 2017 годам на 10,3%, при среднем росте по Российской Федерации на 13,7%.

Инвестиционная активность предприятий, вследствие ограниченности источников финансирования, в 2018 году характеризуется следующими данными: 82% от общего числа организаций осуществляли инвестиции в основной капитал, выше уровня предыдущего года использование инвестиций основной капитал в 2018г. по сравнению с 2017г. оценили 27% респондентов, ниже уровня предыдущего года – 37%. В комплексы и технологические линии направляли инвестиции 33% , в отдельные установки – 48 %. При этом в организациях, осуществляющих деятельность по производству текстильных изделий средний возраст машин и оборудования существенно превышает средний уровень (10 лет) по всем обследованным организациям [8].

Таким образом, финансовое состояние предприятий по производству текстильных изделий можно охарактеризовать как неустойчивое, обусловленное недостатком собственных источников финансирования.

Исследование финансово-экономических показателей предприятий по производству текстильных изделий позволяет резюмировать, возможность резкого увеличения российского производства текстильной продукции оптимистична, так как реализации нововведений по техническому перевооружению производства препятствует, в частности, их техническое и финансовое состояние.

Предприятиям по производству текстильных изделий необходимы долгосрочные инвестиции, прежде всего, для реконструкции физически устаревших производств и техническому перевооружению по обновлению основных фондов. Без государственной финансовой поддержки руководителям и специалистам сложно реализовать инновационно-инвестиционные проекты и изменить в положительную сторону существующую ситуацию с достаточно неустойчивыми финансово-экономическими характеристиками.

Проведенное исследование автора показало необходимость дальнейших работ в области использования научно обоснованных подходов к развитию производства текстильных изделий. Следует также продолжить работу по разработке и реализации комплекса мер, направленных на поддержку текстильного производства.

Список литературы

1. Зотикова О.Н., Полисюк Г.Б. Пути повышения конкурентоспособности текстильных и швейных предприятий//В сборнике: Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России сборник научных трудов: к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. Московский государственный университет дизайна и технологии. Москва, 2016. С. 108-113.
2. Свищева Е.Г., Белгородский В.С., Генералова А.В., Седляров О.И. Предпосылки устойчивого эколого-экономического развития легкой промышленности России// Дизайн и технологии. 2016. № 54 (96). С. 92-98.
3. Шальмиева Д.Б., Дружинина И.А., Белгородский В.С. Определение путей инновационного развития предприятий лёгкой промышленности в условиях нестабильности экономики // Дизайн и технологии. 2015. № 47 (89). С. 95-102.
4. Николаев С.Д., Зайцев А.В., Николаева Н.А. Необходимость стимулирования деловой активности персонала текстильного предприятия.//В сборнике: Актуальные проблемы и

тенденции развития экономики организаций в России сборник научных трудов: к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. Московский государственный университет дизайна и технологии. Москва, 2016. С. 189-194.
5. Виноградская Н.А., Каплин А.С. Практика использования механизма самооценки кредитоспособности предприятия.//Экономика в промышленности. 2011. №4. С. 68-73.
6. Вихрова Н.О. Комплексная оценка финансовой устойчивости предприятия на основе стандартной бухгалтерской отчетности//В сборнике: Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России сборник научных трудов: к 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. Московский государственный университет дизайна и технологии. Москва, 2016. С. 56-62.
7. Хмельницкая Н.В. К вопросу организации мониторинга финансового состояния предприятия на примере ОАО «Елочка»//Таврический научный обозреватель. 2015. № 5-1. С. 49-52.
8. Инвестиционная активность организаций в 2018 году. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/

УДК 685.34.02/53.098

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБРАБОТКИ ПЛАЗМОЙ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ, ПРИМЕНЯЕМОЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА РАБОЧЕЙ И СПЕЦИАЛЬНОЙ ОБУВИ

EFFICIENCY OF PROCESSING BY PLASMA OF THE NATURAL SKIN APPLICABLE TO IMPROVE THE QUALITY OF WORKING AND SPECIAL FOOTWEAR

Шестов Андрей Владимирович
Shestov Andrey Vladimirovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow

Аннотация: обоснована перспективность создания новых кожевенных материалов с повышенными требованиями к грязе-, влагостойкости, гигиеническим и эксплуатационным свойствам на основе отечественных отделочных материалов, пропиток, нано материалов и плазменных методов

Abstract: the prospect of creating new leather materials with high demands for dirt, moisture resistance, hygienic and performance properties based on domestic finishing materials, impregnations, nano materials and plasma methods is substantiated

Ключевые слова: производство обуви, плазменная обработка, эксплуатационные, гигиенические, психофизиологические требования.

Keywords: hoe production, plasma installation, operational, hygienic, psycho-physiological requirements.

Сокращения
КРС – крупный рогатый скот, ВЧЕ – высокочастотный емкостный,
НЧТП – неравновесная низкотемпературная плазма, НЧ –наночастицы

Можно выделить три группы основных требований, предъявляемых к кожам специального назначения: эксплуатационные, гигиенические и психофизиологические.

1. Эксплуатационные требования. Кожи специального назначения, в силу своих специфических и чрезвычайно тяжелых условий эксплуатации, должны обладать комплексом повышенных эксплуатационных свойств. К ним относятся: механические свойства материалов, защита от низких температур, термовоздействий, механических воздействий и агрессивных сред. К механическим свойствам материалов относятся свойства,

характеризующиеся отношение материала к приложенным извне силам. Между удлинением и сопротивлением многократному изгибу существует прямая зависимость, т.е. удлинение может служить характеристикой эксплуатационных свойств кожи [1, 2]. Кожа специального назначения должна обеспечивать защиту от воздействия пониженных температур (от -20°С до -40°С), токсичных веществ (жидких, твердых и аэрозолей), растворов кислот и щелочей, органических растворителей, нефтепродуктов (сырой нефти, масел, жиров, твердых нефтепродуктов), а также противостоять общим производственным загрязнениям и статическим воздействиям [3, 4].

2. Гигиенические требования к коже специального назначения сводятся к тому, чтобы обувь, изготовленная из нее, защищала работника от неблагоприятного воздействия факторов окружающей среды, а также обеспечивала нормальную жизнедеятельность организма, создавая благоприятный микроклимат во внутриобувном пространстве. Соответствие специальной кожи гигиеническим требованиям определяется по ее свойствам, наиболее важными из которых являются: водонепроницаемость, паропроницаемость, воздухопроницаемость, гигроскопичность, влагоотдача и антибактериальные свойства. Водонепроницаемость или гидрофобность, является одним из основных показателей, определяющим качество кожи специального назначения. Гидрофобные кожи защищают от промокания при кратковременном действии воды, преимущественно в виде брызг и отдельных капель. Минимальная паропроницаемость, при которой не происходит конденсация паров на внутренней стороне одежды или обуви составляет 1,0 мг/см2·ч., [5].

Способность кожи пропускать воздух зависит от ее пористости, длины и радиуса капилляров и, как правило, называется воздухопроницаемостью. На воздухопроницаемость кожи влияют сырье, способ его обработки, в частности вид наполнителей, жирующих веществ и лицевое покрытие. Показателем воздухопроницаемости является объем воздуха, мм3, проникшего за 1 ч через 1 см2 образца. Под гигроскопичностью понимают способность кожи поглощать пары воды из воздуха. Гигроскопичность зависит от пористой структуры и гидрофильности белковых волокон кожи. Гигроскопичность кожи (%) определяют по увеличению массы образцов, выдержанных при 100%-ной влажности воздуха в течении 16 ч. Влагоотдачу измеряют количеством влаги (%) отданной увлажненным образцом кожи при высушивании его в нормальных условиях в течение 8 ч. Типичные значения гигроскопичности обувной кожи составляют 15–25%, а влагоотдачи – 10–20% . Кожа при 100% относительной влажности воздуха может иметь равновесную влажность в 35–65%, что свидетельствует о ее большой гигроскопичности. Наибольшее количество влаги поглощают кожи хромового дубления. Кожи танидного дубления обладают меньшей гигроскопичностью. Антибактериальные свойства кожи. Организм человека в процессе жизнедеятельности непрерывно выделяет пары воды и газа. Это явление называется неощутимой перспирацией, или кожным дыханием. Работники предприятий нефтегазового комплекса наиболее остро и часто ощущают на себе это явление, в связи с чрезвычайно тяжелыми и экстремальными условиями труда. Пот, как и кожа человека, имеет кислую реакцию, но в процессе разложения под действием бактерий приобретает щелочную среду (pH 5,2–7,5) . Потовыделения адсорбируются материалом обуви. Их жидкая фаза частично испаряется, а твердая, представляющая собой различные соли, витамины и другие вещества, откладывается на поверхности деталей или в их толще. Значительная часть этих веществ является питательной средой для бактерий, что вызывает микробиологическую деструкцию материалов. Старение и разрушение материалов под действием биологических агентов (бактерий) называется биохимической коррозией. Наилучшие условия для этих процессов создаются при температуре более 25 ºС и относительной влажности более 80 %. Воздействие микроорганизмов, как правило, ухудшает внешний вид изделия (появляются пятна, изменяется цвет), механические свойства материалов (повышается жесткость, уменьшается показатель прочности, удлинения), а также усиленно выделяются токсичные продукты деструкции, и создается благоприятная среда для развития грибковых заболеваний. Согласно ГОСТ 12.4.076-90 «Система стандартов безопасности труда Материалы для специальной

кожаной обуви. Номенклатура показателей качества», оценка качества специальных кож производится по следующим характеристикам , знак «+» означает применяемость показателей качества, знак «-» – неприменяемость. Конкретные значения показателей качества устанавливаются в нормативно-технической документации на материалы в соответствии с назначением специальной обуви. Так, согласно ГОСТ 12.4.137-2001 «Обувь специальная с верхом из кожи для защиты от нефти, нефтепродуктов кислот, щелочей, нетоксичной и взрывоопасной пыли» обувь в зависимости от назначения.

Наружные детали верха сапог, полусапог и ботинок должны изготовляться из юфтевой кожи для верха обуви из шкур КРС по ГОСТ 485-82 «Юфть для верха обуви» , детали верха полуботинок должны изготовляться из хромовой кожи для верха обуви из шкур КРС по ГОСТ 939-88 «Кожа для верха обуви» . Кроме того, специальная обувь, предназначенная для защиты рабочих нефтедобычи, должна обладать теплозащитными свойствами, химостойкими, ударозащитными, эргономическими и эстетическими свойствами.

3. Психофизиологические требования к специальной коже характеризуются комплексом свойств, определяющимися эмоционально чувственным восприятием: эстетичность (внешний вид, красивый рисунок мереи и т.п.), соответствие целевому назначению. Они выявляют общественную ценность, полезность, рациональность, удобство пользования изделия, изготовленного из кож специального назначения.

Для получения гидрофобных кож специального назначения с повышенной стойкостью к биокоррозии с повышенными гигиеническими и эксплуатационными свойствами разработана технология, включающая применение нано частиц серебра и неравновесной низкотемпературной плазмы.

Опытно-промышленные партии кож специального назначения, выработанные по технологическим процессам имеют более высокие эксплуатационные, гигиенические и антибактериальные свойства по сравнению с партиями кож, выработанными по типовым методикам [6]. Сравнение показателей качества кож специального назначения, выработанных по типовой и разработанной методикам и их анализ результатов показывает, что показатели качества контрольной партии кож специального назначения соответствуют показателям ГОСТ 939-88 «Кожа для верха обуви».

Технология получения гидрофобной кожи специального назначения с повышенной стойкостью к биокоррозии внедрена на ООО «Кожевник» г.Казань и ООО «Шеморданский промкомбинат» (Сабинский район, Республика Татарстан). Общий экономический эффект от внедрения данной технологии составляет 2,2 млн. руб. в год.

Для получения гидрофобных кож с улучшенными физико-механическими, включая гигиенические свойствами, разработана технология, включающая применение раствора силана марки А-187 и неравновесной низкотемпературной плазмы. Опытно-промышленные партии кож из шкур овчины и КРС, выработанные по технологическим процессам, имеют более высокие физико-механические, включая гигиенические, а также антибактериальные свойства по сравнению с партиями кож, выработанными по типовым методикам [7].

Обработка кожевенных материалов раствором силана марки А-187 приводит к повышению предела прочности при растяжении кожи из шкур овчины на 9,3%, кож из шкур КРС на 11,5%. После плазменного воздействия на кожах создается устойчивый во времени гидрофобный слой. Данное явление подтверждается повышением показателей краевого угла смачивания на 67% и впитываемости в 2-3 раза. Одновременно увеличиваются гигиенические показатели кож. Паропроницаемость кож из шкур овчины повышается на 43,3 %, кож из шкур крупного рогатого скота на 49,7%; влагоотдача кожевенного материала увеличивается на 120%; гигроскопичность кожи из шкур овчины и КРС увеличивается на 81-85%. Кожевенные полуфабрикаты, полученные по предложенной технологии обладают устойчивым гидрофобным эффектом, повышенной стойкостью к биоразрушениям, высокими физико-механическими, включая гигиенические характеристики по сравнению с кожевенными материалами, выработанными по типовой технологии [6].

Установлено, что кожевенный полуфабрикат из шкур овчины, выработанный по

предложенной технологии считается не токсичным согласно МР №29ФЦ/2688-03.Технология получения гидрофобной кожи с улучшенными физико-механическими и гигиеническими свойствами внедрена на ООО «ДереМодГрупп» (с. Шемордан, РТ), ООО «Кожевник». Общий экономический эффект от внедрения данной технологии составляет 1 019 082 руб. в год [7].

Обоснована перспективность создания новых кожевенных материалов с повышенными требованиями к грязе-, влагостойкости, гигиеническим и эксплуатационным свойствам на основе отечественных отделочных материалов, пропиток, нано материалов и плазменных методов.

На основе сведений о физических процессах в НПТП предложена физическая модель взаимодействия ВЧЕ плазмы пониженного давления с кожевенным материалом [8,9]. На основе результатов экспериментальных исследований установлено, что повышение показателей потребительских и эксплуатационных свойств обувной кожи специального назначения возможно достичь за счет применения нано частиц серебра, растворов силанов и НПТП модификации.

Показано, что наполнение отечественной полиуретановой дисперсии Аквапол-11 нано частицами серебра позволяет повысить прочность покрытий на ее основе на 77 %. Применение наполненной нано частицами серебра полиуретановой дисперсии Аквапол-11 для закрепления покрытий в процессе покрывного крашения кож и обработкой в НПТП пониженного давления, приводит к повышению физико-механических показателей кожи специального назначения: предел прочности при растяжении кож из шкур овчины повышается на 55%, кож из шкур КРС на 44%.

Обработка готовых кож специального назначения в НПТП пониженного давления в ВЧЕ разряде в оптимальных режимах в смеси газов аргон/пропан-бутан приводит к формированию на поверхности и в объеме кожевенного материала гидрофобных свойств, при одновременном увеличении гигиенических показателей кожи. Наполнение кожевенного материала специального назначения НЧ серебра позволяет создать устойчивый антибактериальный эффект по отношению к известным микроорганизмам, образующимся во влажном внутри обувном пространстве. Найдены оптимальные значения концентраций раствора НЧ серебра для повышенной стойкости к биоразрушениям кожевенных материалов [10,11].

Установлено, что обработка кожевенных материалов раствором силана марки А-187 с концентрацией 2 г/дм3 и воздействием НПТП пониженного давления, приводит к повышению физико-механических показателей кожи. Обработка кожевенных материалов раствором силана и воздействием НПТП пониженного давления в оптимальных режимах в смеси газов аргон/пропан-бутан приводит к формированию на поверхности и в объеме кожевенного материала гидрофобных свойств, при одновременном увеличении гигиенических показателей кожи. Обработка кожевенных материалов раствором силана марки А-187 позволяет создать устойчивый антибактериальный эффект по отношению к известным микроорганизмам, образующимся во влажном внутри обувном пространстве.

Предложен механизм взаимодействия коллагена кожевой ткани с группами g-глицидоксипропилтриметоксисилана под воздействием НПТП пониженного давления емкостного разряда.

Разработаны технология получения гидрофобных кож специального назначения с повышенными физико-механическими, гигиеническими и антибактериальными свойствами за счет использования обработки нано частицами серебра и НПТП пониженного давления емкостного разряда и технология получения гидрофобных полуфабрикатов с повышенными физико-механическими, гигиеническими и антибактериальными свойствами за счет обработки раствором силана марки А-187 и воздействия НПТП пониженного давления емкостного разряда [10,11,12].

Список литературы

1. Жихарев А.П. Материаловедение в производстве изделий легкой промышленности: Учебник для студ. высш. учеб. / А.П. Жихарев, Д.Г. Петропавловский, С.К. Кузин, В.Ю.

Мишаков. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 448 с.
2. Страхов И.П. Химия и технология кожи и меха / И.П. Страхов, И.С. Шестакова, Д.А. Куциди и др. – М.: Легкая индустрия, 1979. – 504 с.
3. Бошкарева Ю.В. Рабочая обувь «Парижской коммуны» / Ю.В. Бошкарева, И.Р. Татарчук // Охрана труда и социальное страхование / Средства защиты. – 2003. – № 6. – С.4–7.
4. Довбня Б.Е. Концепция разработки ассортимента специальной обуви для ОАО «Газпром» / Б.Е. Довбня, Е.А. Петропавлов, С.М. Климов, А.А. Никитин, Ю.В. Бошкарева, И.Р. Татарчук, В.В. Хлынов, В.В. Костылева // Кожевенно-обувная промышленность. – 2009. – № 4. – С. 12.
5. Фукин В.А. О комплексе свойств, определяющих комфортность обуви / В.А. Фукин, Д.О. Сокулина // Кожевенно-обувная промышленность. – 1994. – № 1-2. – С. 37–38.
6. Шестов А.В. Повышение защитных свойств натуральной кожи для верха обуви специального назначения / А.В. Шестов // Вестник Казанского технологического университета. – 2015. – № 13. – С. 114–117.
7. Шатаева Д.Р. Оптимизация режимов ННТП обработки кож из шкур овчины с целью получения гидрофобной кожи с улучшенными физико-механическими и гигиеническими свойствами / Д.Р. Шатаева, Г.Н. Кулевцов, А.В. Шестов // Всероссийская (с международным участием) конференция «Физика низкотемпературной плазмы» и ФНТП-2014 и международная научная школа молодых ученых и специалистов «Плазменные технологии в исследовании и получении новых материалов». Сборник материалов. – Казань, Изд-во КНИТУ. – 2014. – С. 100–102.
8. Шестов А.В. Получение кожевенных материалов из шкур КРС с улучшенными защитными и физико-механическими характеристиками / А.В.Шестов // Вестник Казанского технологического университета. – 2015. – № 14. – С. 137–140.
9. Кулевцов Г.Н. Гидрофобизация кож специального назначения с помощью обработки неравновесной низкотемпературной плазмой / Г.Н. Кулевцов, Г.Р. Николаенко, А.В. Шестов // Технологии и дизайн. – 2013. – 3(8). – С. 1–8.
10. Шестов А.В. Технологии получения обувной кожи с применением ННТП обработки и специальных изделий на ее основе для нефтехимического комплекса. – Казань: Издательство Казанского национального исследовательского технологического университета, 2016.-272 с.
11. Шатаева Д.Р. Оптимизация режимов ННТП обработки кожи из шкур овчины и КРС с целью получения гидрофобной кожи с улучшенными физико-механическими и гигиеническими свойствами / Д.Р. Шатаева, А.В. Шестов, Г.Н. Кулевцов // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – № 11. – С. 77–80.
12. Кулевцов Г.Н. Применение обработки наночастицами серебра и низкотемпературной плазмой для получения гидрофобной кожи специального назначения с повышенными эксплуатационными свойствами / Г.Н. Кулевцов, Г.Р. Николаенко, А.В. Шестов // «Кожа и мех в XXI веке» Технология, качество, экология, образование: материалы IX научно-практической конференции 2013 года г. Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2013. – С. 92–97.

УДК 339.1

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
ELECTRONIC COMMERCE AS ONE OF MAJOR FACTORS OF INCREASE IN EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE ORGANIZATION

Ильина Светлана Ивановна
Ilina Svetlana Ivanovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow

Аннотация: Представлена краткая характеристика рынка электронной коммерции и его отдельных форм, на котором осуществляется заказ и поставляется продукция (услуги) через компьютерные сети. Данное направление торговли положительно влияет на эффективность развития бизнеса.

Ключевые слова: торговля, коммерция, эффективность деятельности организации

Abstract: Short characteristic of the market of electronic commerce and its separate forms in which the order is carried out is presented in article and the products (services) through computer networks are delivered. This direction of trade positively affects efficiency of development of business.

Keywords: trade; commerce; efficiency of activity of the organization.

Еще несколько лет назад сеть Интернет использовалась в основном для обмена сообщениям и файлами, а сегодня - это огромный рынок с растущим потенциалом. Под термином «электронная коммерция» понимается предоставление товаров и платных услуг через глобальные информационные сети. Электронная коммерция занимает всё большую долю рынка, с каждым годом увеличивая, как объёмы продаж, так и области применения. Электронный бизнес определяется как процесс, который коммерческая организация производит через компьютерную сеть, именно поэтому производители, торговые и финансовые организации активно развивают различные виды и методы ведения электронной коммерции, это форма деловой активности, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли [1,2].

Для обеспечения процесса торговли через Интернет, необходимы составляющие:

- трафик на целевую площадку, то есть привлечение потенциальных покупателей с помощью SEO, SMM, контекстной рекламы;
- системы, которые позволяют обрабатывать заказы, приходящие с сайта (системы CRM);
- служба закупок или снабжения, которая позволяет компании решать задачи, связанные с закупкой и хранением товаров, продаваемых через сайт;
- площадка, на которой представлен товар или услуга, это может быть корпоративный сайт, Интернет-магазин, Landing Page, аккаунт в социальной сети, электронные торговые площадки, зависит от задач и сферы деятельности компании;
- службы доставки, а также все, что касается возврата товара. В случае с электронной коммерцией это сложнее, так как в большинстве случаев нет реальной, физической точки, куда можно принести и сдать товар или обменять его.

Благодаря электронной коммерции происходит ускорение большинства бизнес-процессов за счет их проведения электронным образом, так как информация передается напрямую к получателю, минуя стадию создания бумажной копии на каждом этапе [3]. Из-за низкой себестоимости передачи информации успешно функционируют следующие формы

электронной коммерции: система уровня «бизнес - бизнес» B2B (данная категория включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями) и «бизнес - потребитель» B2C (основу этой категории составляет электронная розничная торговля), где ключевым моментом является взаимодействие через Web-браузер. Если решение о покупке принимается на основании информации, представленной в Интернете, то такое действие относится к онлайн-торговле. При этом не имеет принципиального значения, как торговая сделка была подготовлена: это было сделано на сайте Интернет-магазина или покупатель по телефону сообщил продавцу о своём желании купить товар, после чего получил счет.

Торговля в режиме онлайн практикуется и в сегменте B2C, и в сегменте B2B, но требования к информационным системам различаются. Для B2B важны взаимоотношения с клиентами. Отличным решением этой задачи является использование CRM-систем, интегрированных с корпоративным сайтом, что позволяет контролировать весь цикл продажи от первого обращения клиента до превращения его в постоянного покупателя, анализировать эффективность рекламных кампаний в Интернете, рассчитывать стоимость привлечения клиента.

В сегменте B2C продавцы большую часть своих сил тратят на поисковую оптимизацию и продвижение своих сайтов. Сайт должен быть интегрирован с центральным офисом, который представляет собой традиционную товароучетную систему, используемую в классической торговле. Особое внимание тут уделяется автоматизации службы доставки: планирование заказов, их диспетчеризация и мониторинг.

Оставшиеся силы направляются на улучшение структуры сайта, позволяющую покупателям быстро находить нужную информацию, удобство работы пользователей. Сейчас мало кто разрабатывает сайты с нуля, есть множество готовых систем управления содержимым сайта, как коммерческих, так свободных. Практически у каждой из них есть модули для организации онлайн-торговли и Интернет-магазина. Появилась возможность с помощью почтовой Интернет-рассылки, на которую можно подписаться на сайте магазина, познакомиться с новыми поступлениями, новыми акциями, новыми скидками, т.е. быть в курсе всех событий в любой момент, в любом месте, где есть компьютер, подключенный к Сети. Системы электронной коммерции позволяют покупателю не общаться с продавцом, не тратить время на хождение по магазинам, при этом иметь более полную информацию о товарах, а продавец может быстрее реагировать на изменение спроса, анализировать поведение покупателей, экономить средства на персонале, аренде помещений и т.д. Главные преимущества для продавца состоят в расширении круга покупателей, в который сразу попадают те компании, которые не в состоянии из-за большой стоимости внедрить EDI, в возможности использовать информационные технологии для осуществления продаж конечным потребителям, то есть выйти на рынок «бизнес - потребитель» и для устранения посредников в торговле. Благодаря Интернету, компании могут быстро найти бизнес-партнеров и новых клиентов, выяснить спрос и предложение на конкретные виды продукции и отслеживать ситуацию на рынке. В коммерческих организациях информационные технологии выполняют следующие функции:

- поиск, сбор и анализ информации;
- структурирование и хранение информации;
- решение оптимизационных задач.

Информационные технологии также являются важнейшим фактором сокращения издержек организации, данный факт в условиях конкурентной среды существенен. И здесь мы говорим не только о технологиях, позволяющих сделать производство более экономичным, а управление — эффективным, но и о продуктах, ускоряющих принятие решений. Ежедневно в сети Интернет заключаются миллиарды сделок по всему миру, биржевые игроки отслеживают курсы ценных бумаг и оперативно принимают то или иное решение в зависимости от ситуации на рынке.

Для купли-продажи товаров отраслевой принадлежности используются отраслевые электронные площадки: «Рус Мет», «Строй Торги», сайт www.zol.ru., они максимально

приспособлены под специфику работы профессиональной аудитории. Зачастую такие площадки позволяют не только проводить сделки через Интернет, но и получать информацию по отраслевому рынку: новости, аналитические сведения, официальные документы и т.д. Торговля на них может проводиться в форме аукциона (как традиционного, когда покупатели повышают цену и товар уходит по максимальной цене, так и «голландского», когда за стартовую цену принимается максимальная цена продавца, которая планомерно снижается до тех пор, пока покупатель не сочтет ее приемлемой). Доходы отраслевых электронных торговых площадок формируются за счет комиссии со сделок. Для обеспечения более эффективного планирования, рекомендуется участвовать в тендерах на государственные заказы через веб-сайт государственных закупок (www.zakupki.gov.ru) и Интернет-портал «РосТендер», т.к. Правительство РФ является надежным заказчиком, а государственные заказы отличаются высокими объемами и высоко оплачиваются [4].

Еще одним современным видом электронной коммерции выступает концепция «электронных магазинов», использующих иные коммуникационные среды — BBS, VAN и т.д. В то же время процедуры продаж, инициированных информацией из WWW, но использующих для обмена данными факс, телефон и могут быть лишь частично отнесены к классу электронной коммерции. Отметим также, что WWW является технологической базой электронной коммерции, в ряде систем используются и другие коммуникационные возможности. Обычно «электронный магазин» представляет собой сайт, на котором имеется каталог товаров, виртуальная «тележка» покупателя, в которую «собираются» товары, а также средства оплаты — по предоставлению номера кредитной карточки по сети Интернет или телефону. Отправка товаров покупателям осуществляется по почте, по каналам электронной почты или непосредственно через сайт. Запросы продавцу для уточнения параметров товара или для оформления заказа могут быть посланы и через электронную почту. Необходимым условием электронной коммерции является полная автоматическая обработка заказа в системе продавца. Без этого не получается полной передачи прав собственности в режиме онлайн, данное утверждение юридически оправдано: государство заинтересовано сделать финансовые потоки безналичными и прозрачными, а также стимулировать более быстрое обращение денег в экономике и уменьшение накладных расходов. Для обслуживания клиентов компании, занимающиеся электронным бизнесом, должны достичь определенного уровня с точки зрения упорядочения бизнес-процессов. Переход в режим онлайн приводит к снижению издержек лишь в компаниях, где развернуты системы автоматизации управления.

Другим направлением электронной коммерции стала аренда различного программного обеспечения и так называемые «микроплатежи» - когда за использование какого-либо компонента программного комплекса с пользователя берется символическая плата. Традиционной услугой в области электронной коммерции является продажа информации, например, подписка на базы данных, функционирующие в режиме on-line.

Электронные банки также являются одним из видов электронной коммерции. Среди основных преимуществ электронных банков можно отметить относительно низкую себестоимость организации такого банка (не нужно арендовать престижные здания, не нужны хранилища ценностей и т.д.) и широчайший охват клиентов (потенциальным клиентом электронного банка является практически любой пользователь Интернет). За счет этого электронный банк может предоставлять клиентам более выгодные, чем у обычного банка проценты, и предоставлять за более низкую плату больший спектр банковских и других услуг.

В заключение статьи следует отметить, что электронная коммерция имеет определенные проблемы (ее системы подвержены атакам вирусов и краже информации), но преимущества очевидны. Это - перспективное направление развития бизнеса, влияющее на повышение эффективности деятельности организаций, от ее правильного использования зависит принятие эффективных управленческих решений, позволяющих компаниям выживать в современных условиях конкурентной среды.

Список литературы

1. Кобелев О.А.; Под ред. Пирогов С.В. Электронная коммерция: учебное пособие - М.: Дашков и К, 2017. - 684 с.
2. Савельев А. И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование - М.: Статут, 2014. - 543 с.
3. Лапидус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монография - М. : ИНФРА-М, 2018. — 381 с.
4. Празаускас М., Ильина С.И. Совершенствование деятельности компаний средствами IT-технологий - 50-ая Международная научно-техническая конференция преподавателей и студентов, посвященная году науки УО «ВГТУ», г. Витебск, РБ, 20 апреля 2017., том 1 - с. 94-97.

УДК 656.072.5

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ПАССАЖИРСКИХ АВТОПЕРЕВОЗОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ
WAYS OF OPTIMIZATION OF PASSENGER AUTO TRAFFIC USING THE LOGISTICS APPROACHES

Трифунтов Александр Иванович, Ханикова Наталья Юрьевна,
Trifuntov Aleksandr Ivanovitsh, Hanikova Natalia Yurievna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
Республика Беларусь, Гомель
Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Gomel
(e-mail: alex.trifuntov@gmail.com, hanelena72@mail.ru)

Аннотация: В данной статье рассмотрены пути оптимизации системы пассажирских перевозок с использованием логистических подходов.

Abstract: The ways to optimize the passenger traffic system using the logistic approaches are considered in the article.

Ключевые слова: автомобильный транспорт, диспетчерское управление, логистическая система, пассажиропоток, показатель эффективности, рентабельность, транспортная логистика, транспортный комплекс.

Keywords: motor transport, dispatching management, logistic system, passenger traffic, efficiency indicator, profitability, transport logistics, transport complex.

Один из важнейших показателей развития социально-экономического комплекса страны – уровень развития сферы услуг, отражающий совокупность социально-экономических проблем, их динамику и перспективы [1]. Важную роль играют здесь и транспортные услуги. Транспортный комплекс имеет важное значение в жизнеобеспечении всех отраслей экономики и реализации социальной политики государства [2]. Автомобильный транспорт является одной из важнейших составных частей производственной инфраструктуры Республики Беларусь, хотя, как и любой другой вид транспорта, имеет достоинства и недостатки.

Транспортная логистика - неотъемлемая часть предприятия, она занимает очень важное место в общих задачах логистики. Ведь именно при помощи транспорта быстро и надёжно осуществляется функция «заказ - поставка», что влияет на максимально возможное сокращение времени транспортировки грузов и пассажиропотока. Транспорт — связующее звено между элементами логистических систем. С этой точки зрения очень важно оценить его эффективность в логистической системе.

Для оценки эффективности системы первоочередное значение имеет выбор показателя эффективности. Показатель эффективности – это мера степени соответствия реального результата необходимому. Основным требованием при выборе показателя эффективности есть его соответствие цели функционирования системы, которая отображается необходимым результатом. Критерием эффективности, в общем случае, считают правило, которое разрешает сопоставлять стратегии управления, которые характеризуются разной степенью достижения цели, и осуществлять направленный выбор стратегий из множества допустимых [3]. Критерий эффективности может приниматься на основе определенной концепции решения об эффективности системы. Выделяют основные три концепции:

- пригодности (предусматривает, что система эффективная, если избранный показатель эффективности принимает значение не ниже некоторого приемлемого уровня. При этой концепции все решения разделяют на приемлемые и неприемлемые, что, в свою очередь, не разрешает выбрать наилучшую стратегию управления);
- оптимальности (наилучшим есть такое решение, которое обеспечивает максимальный эффект);
- адаптации (припускает возможность оперативного реагирования в ходе работы системы на текущую информацию, которая поступает об изменении условий работы. Смысл этой концепции заключается в изменении стратегии управления на основе не только априорной, но и текущей и прогнозной информации для достижения или сохранения определенного состояния системы при изменяемом комплексе условий работы системы).

Главным потребителем транспортного обслуживания в городах выступает население, исполнителем являются транспортные организации, которые контролируются местными органами власти. Проще говоря, транспорт есть «рабочие», а пассажиры - «клиенты». И таких «клиентов» в несколько раз больше, чем «рабочих». Отсюда на первый план выходит удовлетворение нужд населения в перевозках, а потом уже учитываются интересы транспортных организаций [4].

Одним из критериев усиления оптимальности и эффективности транспортных услуг является их полезность, степень удовлетворения нужд пассажиров в перевозках. Для правильного решения этой задачи необходимо знать закономерности формирования пассажиропотоков и систематически их изучать в конкретных условиях. Под пассажиропотоком понимают число пассажиров, перевезённых за рассматриваемый период времени в заданном сечении дороги (одного или нескольких маршрутов). Для пассажиропотоков характерна неравномерность по участкам, направлению (прямые и обратные) маршрутов и по времени. Изучение пассажиропотока по маршрутам движения, по временным показателям, даёт возможность говорить о необходимости того или иного маршрута в рамках определённого города.

Следующим показателем является своевременное информирование пассажиров об изменениях в организации перевозок. Например, изменение графика движения, маршрута следования (информационные табло на остановках старые, а движение осуществляется уже с учётом изменений).

Не следует сбрасывать со счетов и количество пересадок, которое совершает пассажир, чтобы добраться до нужной точки города. Каждая новая пересадка – это затраты на проезд. Они выгодны перевозчику, но не пассажиру, который может пересесть на маршрутное такси, доехать без пересадок, но с меньшими для себя затратами.

Определённое место среди критериев эффективности транспортных услуг является время передвижения пассажиров на маршрутной сети города. Выбор именно этого показателя обусловливается тем, что в условиях рыночной экономики, когда конкурируют разные категории владельцев подвижного состава, важным есть такое построение транспортного процесса, который отвечает требованиям всех его участников. Отсюда встаёт вопрос о транспортных средствах, которые осуществляют перевозку, то есть оказывают услугу. Средства пассажирского транспорта должны обеспечивать соответствующие качественные показатели, быть технически пригодными для выполнения ожидаемой

нагрузки и экономически эффективными. На стадии проектирования обычно выбирается несколько вариантов транспортных средств (или их комбинаций) достаточной провозной способности. Отобранные по провозной способности варианты в дальнейшем сравниваются между собой по экономическим показателям: капитальным вложениям и эксплуатационным расходам.

Концепция логистической организации состоит в том, что изменения в одном ее элементе вызывают цепную реакцию изменений в других [5]. В зависимости от организации работы в течение суток в городе функционируют основные, ночные, дневные, дополнительные и производственные маршруты. При организации маршрутной системы необходимо учитывать, чтобы каждый квартал и микрорайон города был связан с крупными пассажирообразующими пунктами (предприятия, вокзалы, автостанции, крупные торговые и спортивно-массовые предприятия) и с центром города.

Проблема состоит в том, что часы пик на различных городских и пригородных маршрутах, как правило, не совпадают как по времени суток, так и по продолжительности этих периодов. В одно и то же время можно наблюдать переполнение автобусов на одних маршрутах и неполное использование вместимости - на других. Одним из путей обеспечения равномерного наполнения автобусов на разных маршрутах города может быть плановое перераспределение автобусов между маршрутами согласно изменениям пассажиропотоков на них.

Развитие системы централизованного управления движением имеет большое значение, так как в часы пик важно не только выполнение планового числа рейсов, но и достижение высокой регулярности движения по каждому маршруту и всей транспортной сети в целом. Для решения этой задачи необходимы централизация диспетчерского управления, введение автоматизированного контроля за движением автобусов по трем-четырем пунктам маршрута, совершенствование методов оперативного управления регулирования движения, т. е. организация объединенных центральных диспетчерских станций и автоматизированных систем управления.

Нередко рейсы автобусов в часы пик имеют целевое направление и вводятся по просьбе предприятий. Так, если в каком-либо микрорайоне проживает достаточное число рабочих одного предприятия и проезд оттуда недостаточно удобен, то в этот микрорайон к определенному времени подается автобус, доставляющий рабочих к предприятию-заказчику. Таким же образом происходит их доставка домой.

Для более эффективного использования автобусов в часы пик в ряде случаев предусматриваются в расписании "смешенные" рейсы, когда часть автобусов выходит не на свои обычные маршруты, а направляется в районы новостроек и доставляет оттуда пассажиров до узловых остановок, после чего возвращается на закрепленные маршруты. Такой метод вполне себя оправдывает при условии, что автобусы обслуживают значительное число жителей новостроек и успевают на свои маршруты к тому времени, когда там начинается час пик. Для части автобусов некоторых маршрутов возможно предусматривать отклонения от основных направлений и прибытие к проходным крупных промышленных предприятий, а затем возвращение на закрепленные маршруты. Такая кратковременная "петля" не требует дополнительных затрат и, как правило, не вызывает нареканий пассажиров, но позволяет улучшить транспортное обслуживание населения.

Положителен опыт партнерства между автотранспортными и промышленными предприятиями. Между ними заключаются договоры, в которых автотранспортники принимают конкретные обязательства по транспортному обслуживанию, а коллективы предприятий берут на себя решение сопутствующих задач.

Можно предложить метод дежурных маршрутов, который состоит в том, что по окончании вечерних часов пик часть маршрутов закрывается, а на оставшихся осуществляется высокая частота движения автобусов. При этом необходимо компенсировать потери времени на подход к остановкам за счет сокращения времени на ожидание автобусов.

Наибольший эффект в этом случае достигается при достаточной плотности маршрутной сети.

Во внепиковый период может быть организовано движение автобусов на городских маршрутах с большими интервалами по вывешенному на остановках расписанию. Такое движение вводится с целью повышения эффективности использования автобусов при высоком уровне качества обслуживания.

Влияние на себестоимость пассажирских перевозок так же оказывают факторы, которые по отношению к транспортному предприятию можно рассматривать как внешние и внутренние. Внешние факторы, как правило, не зависят от деятельности предприятий. Но на некоторые из них в ходе выполнения производственного процесса можно воздействовать либо напрямую, либо косвенно. К таким факторам относятся:

- структура парка подвижного состава;
- цены на материально-энергетические ресурсы;
- состояние дорожной сети;
- сезонность перевозок;
- развитие производственно-технической базы;
- размещение производительных сил;
- материально-техническое обеспечение.

Для приведения структуры парка подвижного состава в соответствие условиям перевозок, подвижной состав должен распределяться таким образом, чтобы обеспечить эффективную работу на маршрутной сети.

В заключение статьи следует отметить, что логистический подход к организации автомобильных перевозок обусловливает новое методологическое содержание, заключающееся в том, что основной составляющей частью перевозок должно стать проектирование оптимального (рационального) перевозочного процесса. Под этим понимается гибкость, поиск наилучших организационных и технически возможных решений, обеспечивающих максимальную эффективность оказания услуг по перевозке населению.

Список литературы

1. *Климович Л. К.* Роль и место сферы услуг в общественном производстве / Л. К. Климович, И. А. Ткаченко // Весн. Бел. Дзярж. Экан. Ун-та. – 2005. – № 1. – С. 68–74.
2. Правила автомобильных перевозок пассажиров в Республике Беларусь: постановление Министерства транспорта и коммуникаций Респ. Беларусь 22 июля 2002 г. № 23 // Нац. Реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2002. - № 8/10562. – С. 18.
3. *Мазур И.И.* Управление проектами: справочное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – М.: Высшая школа, 2001. – 253 с.
4. *Шугаева И.В.* Значение пассажирского транспорта в жизни современного общества. // 2019. http://www.transportall.ru/info/perevozki/282/2101.html.
5. *Федоров Л. С.* Общий курс логистики: учеб. пособие / Л. С. Федоров, М. В. Кравченко. – М.: КНОРУС, 2010. – 224 с.

УДК 339.9

РОССИЙСКО-ИНДИЙСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ
RUSSIAN-INDIAN COOPERATION IN THE OIL AND GAS INDUSTRY

Голованова Александра Евгеньевна
Golovanova Alexandra Evgenievna

Российский государственный университет нефти и газа
(национальный исследовательский университет) имени И.М. Губкина, Россия, Москва
Gubkin Russian State University of Oil & Gas (National Research University), Russia Moscow
(e-mail: aegolovanova@yandex.ru)

Аннотация: В данной статье идет речь о многолетнем сотрудничестве между Россией и Индией в нефтегазовой сфере. В работе представлен подробный анализ взаимодействия в нефтегазовой отрасли, как со стороны России, так и со стороны Индии.

Abstract: This article deals with the long-term cooperation between Russia and India in the oil and gas sector. The paper presents a detailed analysis of interaction in the oil and gas industry, both from Russia and from India.

Ключевые слова: нефть, газ, нефтегазовые проекты, нефтегазовая отрасль.

Keywords: oil, gas, oil and gas projects, oil and gas industry.

Индия является страной с быстроразвивающейся экономикой, благодаря чему она не просто стремится к лидирующим позициям, но и может стать существенным конкурентом Китаю. В том числе, ее позиция в роли третьей стороны, не участвующей в санкционной блокаде, обеспечивает достаточно тесное сотрудничество между Россией и Индией в нефтегазовом секторе, подчеркнутое двусторонними инвестициями в экономику каждого из участников.

Несмотря на то, что фундамент был заложен бывшим Советским Союзом, ставшим одним из участников создания энергетического сектора Индии, способствовавшим постройке ряда гидроэлектростанций, обнаружению нефти на индийской территории, а также оказавшим помощь в создании компании Oil and Natural Gas Corporation Ltd. (ONGC), плодотворные отношения обоих государств начались лишь в 21 веке. Первые шаги по выстраиванию будущих экономических связей определило сотрудничество российской компании ПАО «НК «Роснефть» и индийской компании ONGC, которая упоминалась ранее. Необходимо отметить, что наибольшая доля инвестиций, получаемых от индийской стороны, приходится на всю группу компаний ONGC.

Реализовывая свои потребности на территории России благодаря дочерней организации ONGC Videsh Limited (OVL), Индия является участником одного из проектов отечественного нефтегазового сектора - «Сахалин-1», где она владеет 20% акций. Индийская сторона обеспечила себе ежегодные поставки в размере более 1 млн. т сырой нефти в рамках соглашения, заключенного по этому проекту [1].

В рамках международного консорциума с 2014 года к Индии свой интерес начинает проявлять ПАО «Газпром нефть» с целью дальнейшего взаимодействия с ее нефтегазовыми компаниями, в том числе и для реализации проектов на территории Арктики. В связи с тем, что с 1 августа 2014 года введены санкции против России западными странами и, как следствие, приостановлены работы по 9 проектам компанией Exxon Mobil по соглашению о стратегическом сотрудничестве с «НК-Роснефть», такое выстраивание отношений является выгодным для обеих сторон.

На октябрь 2016 года пришёлся семнадцатый ежегодный саммит между Россией и Индией, где было принято 19 документов, которые регламентируют сотрудничество обоих государств, в числе которых были документы, касающиеся внешней политики, торговли, инвестиций и углеводородов.

Отметим, что приобретение 15% обыкновенных акций АО «Ванкорнефть» в 2015 году компанией ONGC в свой инвестиционный портфель на 1,27 млрд. долл. и к октябрю 2016 года еще 11% акций за 930 млн. долл., увеличив свою долю до 26%, позволяет Индии продолжать уверенно держать свои позиции на территории России [1]. Стоит сказать, что в апреле 2016 года общество «Ванкорнефть» было преобразовано путем выделения в ООО «РН-Ванкор» для освоения кластера Ванкорского месторождения, как отдельного направления холдинга.

В октябре 2016 года между консорциумом компаний: Oil India Limited (OIL), Indian Oil Corporation Limited (IOCLtd.) и Bharat Petro Resource sLimited (BPRL) и «НК-Роснефть» была заключена сделка на приобретение индийской стороной акций «Ванкорнефть» в размере 23,9%, что в совокупности с ранее приобретёнными ценными бумагами индийскими государственными компаниями составило 49,9% владения. Общая стоимость указанной ранее сделки составила от $4,5 до $6 млрд. [2].

Кроме ранее описанных сделок, в последние годы Индия является участником проектов по добыче углеводородов на территории Сибири, в частности на гигантских нефтяных месторождениях Требса и Титова с ПАО «Башнефть», Киринского газового блока с ПАО «Газпром» и Юрубчено-Тохомского нефтяного месторождения с ПАО «НК-Роснефть».

Тем не менее, еще одним немаловажным проектом для индийских инвестиций, определен «Ямал-СПГ» в районе Северного Ледовитого океана с использованием российских технологий, участие в котором позволило бы Индии достаточно уверено обосноваться на российском газовом рынке. В свою очередь, для России важен индийский канал сбыта газа, совпадающий с приоритетными направлениями развития России. Имея доступ к нему, наше государство позволит себе продолжение диверсификации экспорта газа, а также сократит потери, понесенные с ранее наложенными американскими санкциями.

Первая партия поставки сжиженного природного газа на индийский рынок, который был произведен на проекте «Ямал СПГ», была осуществлена весной 2018 года, вместо раннее запланированного 2019, по информации, предоставленной дочерним обществом компании Novatek Gas & Power Asia Pte. Ltd. Сумма, ранее указанного контракта, составила по различным оценкам от 1,6 до 1,8 млрд. долл. [1].

По причине того, что Индия выстраивает свои энергетические отношения не только с Россией, но и другими странами, в том числе с Америкой, она может себе позволить нивелировать жесткие условия игры каждого из участников.

Кроме этого, на август 2017 года пришлась еще одна стратегически важная сделка для ПАО «НК-Роснефть», в рамках которой российская компания приобрела в свой портфель 49,13% акций (контрольный пакет акций) индийской Essar Oil Ltd. стоимостью около 13 млрд. долл. [6]. Необходимо сделать вывод, что данное приобретение позволяет России еще больше закрепиться на индийском нефтегазовом рынке и более уверенно чувствовать себя на уже занятых позициях. Покупка столь важных активов обошлась российской стороне всего лишь в 3,9 млрд. долл., открыв доступ к комплексной инфраструктуре современного нефтеперерабатывающего завода Азиатско-Тихоокеанского региона в Вадинаре на территории индийского государства [7].

Полученная доля, также, позволяет «НК-Роснефть» охватить крупную сеть из 3500 автозаправочных станций на всей территории Индии, входящих в состав Essar Oil Limited (бренд Essar), что позволило России реализовывать еще больше своей нефти на крупном индийском рынке.

Событием, определившим дальнейшее развитие российско-индийских отношений, стал Международный экономический форум, проводимый в Санкт-Петербурге в июне 2017 года. В рамках данного мероприятия прошла встреча глав обоих государств, была принята «Санкт-Петербургская декларация РФ и Республики Индии: Взгляд в XXI век». Данный документ определяет основные направления и правила по взаимодействию между названными странами в различных сферах энергетики. В рамках продолжающихся отношений было определено развитие атомной, тепловой и гидроэнергетики, а также реализация направленных на

использование возобновляемых источников энергии проектов. Как следствие, с целью поддержания мировых экологических тенденций в рамках принятой декларации, Россия и Индия опираются на Парижское соглашение, устанавливающее правила, связанные с выбросами вредных веществ в атмосферу.

Тем не менее, приоритетным и перспективным направлением таких отношений определены: использование, как источника энергии, природного газа, который безопасен для экологии и совместное осваивание месторождений углеводородов на российском арктическом шельфе.

Как отмечалось ранее, инвестиционные потоки играют важную роль, для каждой из сторон. В совокупности со старыми инвестициями на Сахалине индийские инвестиции в российский нефтегазовый сектор на 2018 год составляют 10 млрд. долл. [5].

Такой уровень воздействия обусловлен увеличенными поставками российской нефти в Индию, которые выросли в десять раз в 2017 году по сравнению с предыдущим годом. Еще одной ключевой причиной значительного увеличения поставок российской нефти является тот факт, что в настоящее время ее стоимость на порядок дешевле по сравнению с сортами сырой нефти, которые может предоставить ОПЕК, а индийские нефтеперерабатывающие заводы прошли стадию модернизации, обеспечив себе возможность довольно легко обрабатывать российскую нефть определенного качества.

По причине того, что Индия испытывает дефицит энергии, которой у России в избытке, прослеживается взаимный интерес обоих сторон. Тем более, что индийская политика направлена на предложение российской стороне участия в собственных нефтегазовых проектах, что обеспечит для Индии разведку и разработку собственных месторождений и привлечение еще большего количества сторонних инвестиций в собственную экономику.

Список литературы

1. Российско-индийские экономические отношения. Досье. ТАСС [Электронный ресурс]. URL: https://tass.ru/info/692407 [Дата обращения: 07.04.2019].
2. «Роснефть» продаст Индии 49,9% своего крупнейшего месторождения. РБК [Электронный ресурс]. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/56e929539a7947199558523c [Дата обращения: 7.04.2019].
3. Путин: "Газпром нефть" готова работать с индийской OVL в Арктике. РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20141209/1037415731.html [Дата обращения: 9.04.2019].
4. India-Russia Relations. Ministry of External Affairs Government of India [Электронный ресурс]. URL: http://www.mea.gov.in/Portal/ForeignRelation/India_Russia_May.pdf [Дата обращения: 10.04.2019].
5. The India-Russia-US Energy Triangle. The Diplomat [Электронный ресурс]. URL: https://thediplomat.com/2018/07/the-india-russia-us-energy-triangle/ [Дата обращения: 12.04.2019].
6. India, Russia may seal oil field deal in Oct’s annual summit. The Economic Time [Электронный ресурс]. URL: https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/india-russia-may-seal-oil-field-deal-in-octs-annual-summit/articleshow/65894239.cms [Дата обращения: 13.04.2019].
7. Декларация о стратегическом партнерстве между Российской Федерацией и Республикой Индия. Министерство иностранных дел РФ [Электронный ресурс]. URL: http://www.mid.ru/ru/maps/in/-/asset_publisher/EpJ5G4lcymvb/content/id/598800 [Дата обращения: 15.04.2019].
8. Межгосударственные отношения России и Индии. РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20180521/1520754447.html [Дата обращения: 17.04.2019].
9. "Новатэк" поставил в Индию первую партию сжиженного газа с "Ямал СПГ". РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: https://ria.ru/20180327/1517346183.html [Дата обращения: 18.04.2019].
10. История. ООО «РН-Ванкор». Официальный сайт ПАО «НК «Роснефть» [Электронный ресурс]. URL: https://vankorneft.rosneft.ru/about/Glance/OperationalStructure/Dobicha_i_razrabotka/Vostochnaja_Sibir/vankorneft/ [Дата обращения: 19.04.2019].

УДК 338.585

ПУТИ ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ В СИСТЕМЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ
WAYS OF COSTS OPTIMIZATION IN THE PRODUCTD DISTRIBUTION SYSTEM

Трифунтов Александр Иванович, Минина Дарья Сергеевна
Trifuntov Aleksandr Ivanovitsh, Minina Daria Sergeevna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Республика Беларусь, Гомель
Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Gomel
(e-mail: alex.trifuntov@gmail.com, dasch.minina2015@yandex.ru)

Аннотация: В данной статье предложены основные пути оптимизации расходов в системе распределения товаров.

Abstract: The main ways to optimize costs in the distribution of goods are suggested in this article.

Ключевые слова: распределение товаров, распределительная логистика, расходы, пути оптимизации.

Keywords: distribution of goods, distribution logistics, costs, ways of optimization.

Актуальность и практическая значимость оптимизации расходов в системе распределения товаров не вызывает сомнений, так как в условиях рыночных отношений возникает необходимость осуществлять все виды хозяйственной деятельности с учетом режима экономии ресурсов. Организации имеют определенные резервы оптимизации расходов в системе распределения товаров, однако используются эти возможности не оогоооополностью, что оказывает существенное влияние на получение максимального размера прибыли, как цели функционирования любой коммерческой организации.

Чтобы выжить в таких условиях, уже недостаточно просто производить продукцию в максимально возможном объеме, выполняя свои внутренние планы, необходимо реализовать эту продукцию. А ведь в современном мире функционировать способны лишь те организации, которые смогут предложить рынку качественную продукцию по более низкой цене, чем у конкурентов. Цена продукции зависит не только от затрат на ее производство, но и от затрат на ее транспортировку, складирование, реализацию и т.д. Снижая эти затраты, мы снижаем себестоимость, повышая таким образом свою прибыль.

Именно распределительная логистика обеспечивает рационализацию физического продвижения готовой продукции к потребителю. Решать задачи распределительного характера приходится на всех участках цепи поставок. Так, распределяются заказы между различными поставщиками при закупке товаров, материальные запасы между различными складами, грузы по местам хранения, материальные поток в процессе продажи. [1]

Распределительная деятельность на предприятии требует существенных расходов. Основная часть логистических расходов связана с выполнением ключевых логистических операций: складированием, переработкой, транспортировкой, экспедированием, подготовкой продукции к производственному потреблению, сбором, хранением, обработкой и выдачей информации о заказах, запасах, поставках и т.д.

Важнейшие функции распределительной логистики заключаются в следующем:

- планирование, организация и управление транспортно-перемещающими процессами в логистической системе в послепроизводственный период;
- управление товарными запасами;
- получение заказов на поставку продукции и его эффективная обработка;
- организация рациональной отгрузки;

- управление доставкой и контроль над выполнением транспортно-перемещающих операций в логистических цепях;
- планирование, организация и управление логистическим сервисом.

Распределительная логистика является одним из важнейших звеньев цепочки создания ценности. Цепочка ценностей, представляет собой систему взаимосвязанных видов деятельности, создающих стоимость. Она отражает взаимосвязи фокусной компании в цепи поставок с поставщиками и каналами распределения, оптимизируя которые, она может получить преимущества в конкурентной борьбе. Концепция цепочки ценностей заключается в структурировании действии по всему циклу движения товара – от исходного сырья до конечных потребителей по стратегически важным видам экономической деятельности. В рамках отдельно взятого предприятия обычно реализуется только часть этапов в системе формирования ценностей. Цепочка ценностей (стоимостей) для каждой фирмы уникальна. Организации, связанные одной и той же цепочкой ценностей, постоянно взаимодействуют между собой. Если хотя бы одна из них будет терпеть убытки и окажется на грани банкротства, это отразится на всех организациях цепочки, и поэтому нерациональное использование ресурсов и замораживание оборотных средств становятся первостепенными проблемами как для каждого звена, так и для логистической системы в целом.

В первую очередь, динамичное снижение расходов в каналах распределения товаров достигается за счет*:*

- оптимизации запасов;
- оптимизации транспортных, складских, управленческих расходов;
- применения современных разработок, технологий контроля и мониторинга состояния системы;
- внедрения более гибких стратегий (технологий) перераспределения логистических функций (доведения товара, маркировки, перемещения части подготовительных операций, использования общих складов, выбора посредников и др.).

Для минимизации затрат в системе распределения требуется:

1. Определить полезности бизнес-процессов и звеньев (элементов) системы распределения.

2. Проанализировать доходы и затраты по элементам системы распределения.

В составе системы распределения с позиции внутреннего или внешнего потребителя можно обнаружить «лишние» операции, в том числе логистические, которые добавляют стоимость, но не добавляют ценность для конечного потребителя. Задачей здесь является выявление и устранение таких операций.

В составе целей по минимизации издержек в системе распределения следует предусмотреть:

- выявление реального положения дел в цепи поставок у каждого ее участника (характеристики материальных и финансовых потоков в ограниченном интервале времени);
- идентификация потенциальных рычагов в цепи поставок, которые позволили бы снизить объем оборотного капитала и стоимость процессов, сохранив в то же время высокий уровень сервиса и гибкость;
- оценка потенциального снижения уровня замораживания оборотного капитала, занятого в цепи, при сокращении общего логистического цикла за счет его составляющих;
- определение последующих ключевых участков, где необходимо принятие управленческих решений (т.е. анализ возможных изменений и в цепи поставок).

3. Определить этапы формирования стоимости по цепочке ценностей, выделяя в качестве элементов стратегически важные виды деятельности, которые удовлетворяют следующим требованиям:

1) имеют существенный удельный вес затрат в издержках;

2) осуществляются различными способами;

3) обладают большими потенциальными возможностями для дифференциации (использование различных видов сырья и технологий и т.д.).

4. Рассмотреть варианты объединения внутренних элементов цепочки ценностей в центры ответственности, рассчитать эффективность каждого варианта, выбрать оптимальные варианты объединения по используемым критериям (если объединение невыгодно, сформировать подразделения по каждому элементу цепочки ценностей).

5. Определить окончательный состав элементов, которые будут входить в цепочку ценностей.

Такой подход позволяет построить эффективную структуру цепи поставок, отказаться от устаревших технологий и неприбыльных видов деятельности и ввести новые виды, улучшить показатели деятельности элементов цепочки ценностей и оптимизировать логистические бизнес-процессы и затраты на их осуществление.

Критерием оптимизации системы распределения выступает минимум совокупных затрат при фиксированных на определенных нормативных уровнях значениях других ключевых факторов логистики (качества логистического сервиса, продолжительности его циклов, производительности активов, возврата на инвестиции, т.е. на вложенный в логистическую инфраструктуру капитал и др.).

При определении основных направлений оптимизации расходов в системе распределения товаров следует ориентироваться на основные задачи и функции, которые она выполняет. Если мы будем рассматривать систему в целом, не разделяя на отдельные составляющие, то и расходы, которые она несет, сможем учитывать и анализировать только по предприятию в целом. И в этом случае мы не сможем выявить, в какой из функций произошел сбой, где конкретно и по чьей конкретно вине возникли потери или перерасход ресурсов. Разделив же систему на отдельные составляющие, мы сможем проанализировать выполнение каждой функции, которые выполняет распределительная логистика. Поэтому особое внимание нужно уделять проблемам организации учета, контроля и ответственности за состоянием расходов непосредственно в местах их возникновения [3].

Важно также правильно подобрать методы стимулирования персонала к оптимизации, то есть изыскание таких способов воздействия на участников процесса, которые побуждали бы соблюдать установленные планом затраты и находить возможности их снижения, а также стремиться к повышению дохода или эффекта от их деятельности. Подобный образ действий может мотивироваться как материальными, так и моральными факторами. Нельзя стимулы к соблюдению и экономии затрат заменять наказанием за перерасход. В этом случае работники основные усилия будут прикладывать к тому, чтобы оспорить уровень планируемых затрат, завысить его. Тогда достижение основной цели предприятия - получение максимально возможной прибыли за счет снижения затрат - станет трудно выполнимой задачей.

Таким образом, определение путей оптимизации расходов в системе распределения товаров, позволяющих рационально и эффективно функционировать организации в современных условиях, позволит повысить финансовый результат деятельности, а, следовательно, упрочить конкурентные позиции на рынке товаров и услуг.

Список литературы

1. Розина Т.М. Распределительная логистика: учеб. пособие / под ред. Т. М. Розина – Минск: Вышэйшая школа, 2012. 319 с.

2. Палий В.Ф. Организация управленческого учета. – М.: Бератор-Пресс, 2003. – 224с.

3. Трифунтов А.И. Подходы к оптимизации логистических затрат в цепи поставок районного потребительского общества//Потребительская кооперация.2016. № 1. С. 21-24

UDK 378.046

ACTIVE LEARNING IN THE CLASSROOM – A METHOD FOR TEACHING ECONOMICS

Wouda Louwrens, Stremmelaar Gert
University of Groningen**,** Netherlands

Abstract. This article is devoted to active methods of studying of economics and management. These methods are widely used in foreign practice. Master classes were held with the use of active teaching methods in RSU of A. N. Kosygin. The results of the master class are analyzed. The differences between the results of Russian and Dutch students are revealed. The proposals for the improvement of active teaching methods in the field of economics and management are given.

Keywords: interactive teaching, active learning, class experiments, workshop 2018, evaluation.

1. History

Some years ago we learned from a discussion with professor Maximov, then Vice-Rector of the Moscow Textile University, that a proposal was in preparation, which would make it mandatory for Russian universities to teach a substantial amount of their lessons in an interactive way. Being for years advocates of interactive teaching, which incites students to active learning, we welcomed this idea.

With the Department of Economics and Management of the Moscow Textile University we have a longstanding exchange of ideas about interactive teaching. So we want to try out a method of interactive teaching, namely using active learning (i.c. experiments) in the classroom, with students of the Moscow Textile University..

Experiments are small games played by students in class, taking not more than one or two hours. Playing them, concepts and economic theories are becoming clearer. In The Netherlands the use of these experiments is strongly recommended for the execution of the newly introduced programme of economics in secondary schools.

In November 2013 we gave a two and a halve hour workshop at the Moscow Textile University with three experiments for a class of nearly fifty students. The first two we used are from Professor. dr. J. Hinloopen, a champion of the method, published in his book with 25 experiments. The third one we found in a publication by Gijsjan van der Linden in VECON, magazine for economic teachers in the Netherlands, 2002.

In May 2015 we gave a three hour workshop for nearly forty students and eight teachers with the same experiments as 2013 plus a game about the prisoners dilemma (Hinloopen).

In May 2018 our workshop for thirty five students contained four items: a self-assessment about management styles (Hunsaker), a game about management and risk (Kahneman and Tversky), an experiment about management and income distribution at the firm and last but not least a questionnaire about communication styles.

2. Active learning

In Dutch and American literature one finds a multitude of descriptions of the concept ‘active learning’. We give a catalogue of definitions.

Active learning is:

- learning when the contribution of the student is equal to the teacher;
- going about knowledge and skills in an active way;
- talking, writing about one’s reading, relating towards own experiences;
- creating excitement in class room;
- everything else than passive listening to a teacher;
- making the student responsible for his learning;
- learning by doing;

- a method in which a student works most.

We will speak about active learning when during class the student is more active than the teacher.

For active learning one claims that it increases the motivation of the students, augments their independence and improves their study results. Such claims cannot be proven in a scientific way, but our experience tells us that they can be true.

For a more detailed description of an application of the principles of active learning we have chosen the above mentioned workshop in 2018.

3. Workshop 2018

What you already know affects what you learn – you should always start where the learner is. This simple maxim (Hattie) is «the biggest single factor influencing learning». New learning should be connected to existing pre-knowledge. New knowledge can be found in management books, but to be effective you have to link it to what you already know. That is why we start with an self-assessment. Students gain insight in themselves as a manager and be motivated to learn for the future.

We ask students to answer 20 questions, f.i. «I am someone who works systematically». They can answer from «Yes this is me" till "No It is not me». There are five possibilities. After they fill in the 20 questions they count the result: from very high potential, potential, reasonable potential till no potential at all.

When the result is known, we discuss what the maker of the test thinks about the skills of a manager and what should you do or don't. At the end we discuss the skills of an effective manager. What we learn from it is that the better you know yourself, the better you know how other people look at you and how they react.

The second experiment is about management and risk. It is distracted from the well-known experiment of Nobel prize for Economics winner 2000 Kahneman.

Students were asked to make a choice of the following pair of concurrent decisions. First, they must examine both decisions, and then indicate the options they prefer:

Decision 1: A sure gain of $ 250,- or 25% chance to gain $ 1000,-.
Decision 2. A sure gain of $ 5,- or 0,1% chance to gain $ 5000,-
Decision 3. A sure loss of $ 250,- or 25% chance to lose $ 1000,-
Decision 4. A sure loss of $ 5,- or 0,1% chance to lose $ 5000,-

We compared the results with the research of Kahneman & Tverski and the results of Dutch students. The standard economic theory tells us that people look at the expected value. So the prediction is that the outcome is 50%: 50%. But what we see is that people take not only the expected value in to account, but also the risk. What do we notice is irrational behavior. F.i. they suffer more with a loss than have pleasure with the same amount of gain

We found no difference between the results of Dutch and Russian students.

We showed that managers have to deal with risk in projects or financial plans. They have to make decisions. But how do they behave? Manager show sometimes irrational behaviour.

Sometimes take no risk, while they could take a risk. When there is a loss, they don't want to let it go. They take extra risk, to get a gain, but most of the time they lose more and more and a loss is also a loss of status. In general: how do people behave when there is a situation at risk. Are they risk seeking of risk avoiding?

The third topic is about management and income distribution. In firms there is money for the reward for workers, shareholders, head of departments, C.E.O's. We know that nobody gets the same amount of money. There is no equal share. The question is, is there a fair distribution? How do people react on great differences, of inequality? Will they be angry? Will they stop hard working when other people get more money out of the firm?

So we did an experiment. We give the following instructions:

- I ask you to write down a number: 2 or a 5. You must not show it to others.
- After you written it down on the piece of paper, put your hand on it. I walk through the classroom and you show it only to me.

- Payment / reward: When you write down a 2, you get 2 candy's M&M's. Write down 5 and you get 5 M&M's.
- But if there are more than 6 who wrote down 5, nobody gets M&M's.

The outcome was that no student got any M&M's. Even after we invite a student for a speech (*please everybody, write down a 2*), or when we point out four student to write down a five and asked the other students to write down a two, nobody got M&M's.

We discussed what is fair? How much differences should there be in payment in firms?

The last experiment is about communication. Our aim is making students aware of the fact that they are communicators too, so they can check the learned concepts of communication against their own experience. And introducing the idea of styles of communication and the relevance of it for management. For each student there was a questionnaire, a score-card, a graph and a short description of the theory.

Students had to fill in the questionnaire and make the result visual by draw a graph. There are four styles of communication: a socializer, a director, a thinker and a relater. There is not a normative judgement about these styles.

Different styles express different things so depending on the subject of communication one style can be more effective than the other. People assume often that the other should have the same style as them; if that is not the case they get irritated and misunderstandings arise.

Managers have to communicate with all kind of people and about all kind of subjects so they should be aware of their own style and try to be flexible.

Styles of communication are influenced by culture so one should understand cultural differences.

At the end we discuss the following items: Do we recognise ourselves and others in these styles? How serious do we take the result of the test? Are there ideas about the effects of the different styles?

4. Evaluation Workshop 2018

The teachers notice that the students start with curiosity about the teachers from abroad and are willing to collaborate with their proposed procedures. During the whole workshop they are working at their tasks in an enthusiastic way. And most striking: they have a lot of fun.

At the end of the workshop we ask the students to write down their impression of the experiments and to answer some questions about the used method of teaching. From these written statements we give the following summary. Nearly all express that they liked the active learning very much. When asked the preference for the way of teaching in this workshop – explanation of the theory or doing an experiment – a majority answered doing an experiment. But when asked for their preference for lessons more in general, they answered that a combination of the two methods would be best. Several students ask to provide them with more material about economic problems.

Literature

1.Prof. dr. J. Hinloopen, '*Experimenten voor in de klas'*, Den Bosch 2010 (unfortunately in Dutch only).

2. Phillip L. Hunsaker, 'Management: a skill approach*',* 2nd edition, New Jersey 2005

3.Kahneman & Tverski, "The framing of decisions and the psychology of choice", *Science vol. 211. Issue 4481, 1981*

4.Hattie and Yates, '*Visible Learning and the Science of How we Learn'*, New York 2014

5.Ken Peterson, '*Equity and Efficiency in a Game'*, Economics Department, Furman University

6.Greenville, SC 29613

7.Mark Dickie, "Do classroom experiments increase learning in introductory microeconomics?", *Journal of Economic Education, vol. 37, Nr. 3*

8.Charles A. Holt, "Teaching Economics with Classroom Experiments", *Southern Economic Journal*, January 1999

УДК 330.15

МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ С УЧЕТОМ КОЭФФИЦИЕНТА, ОТРАЖАЮЩЕГО КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В ПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНАХ

MODEL OF EFFECTIVENESS OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT, TAKING INTO ACCOUNT FACTORS REFLECTING THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION IN INDUSTRIAL REGION

Выходцева Галина Петровна
Vykhodceva Galina Petrovna

Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Россия, Москва
National University of Science and Technology «MISIS», Russia, Moscow
(e-mail: v_galinap@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены основные показатели качества жизни населения, определен корректирующий коэффициент, отражающий качество жизни населения в промышленных регионах и с учетом этого коэффициента сформирована модель количественной оценки потенциально возможной эффективности природопользования.

Abstract: The basic indices of life quality of population are examined, the corrective coefficient, which reflects the life quality of population in the industrial regions is determined and the model of the quantitative assessment of potentially possible effectiveness in the use of natural resources is formed taking into account this coefficient.

Ключевые слова: эффективность природопользования, коэффициент качества жизни, загрязнение окружающей среды, устойчивое развитие.

Keywords: the effectiveness of the use of natural resources, the quality coefficient of life, environmental pollution, the steady development

В последнее время человечество ставит перед собой в явном виде задачу охраны окружающей среды. Цель, поставленная перед разработчиками концепции перехода России на модель устойчивого развития – ориентация хозяйственной деятельности на достижение экономического благосостояния в сочетании с экологической безопасностью. Принятая на конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро декларация гласит:

- В центре внимания устойчивого развития должны находиться люди. Они имеют право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой (принцип 1).
- Право на развитие должно осуществляться так, чтобы обеспечить равенство возможностей развития и сохранения окружающей среды как нынешнего, так и будущих поколений (принцип 3).
- Для достижения устойчивого развития защита окружающей среды должна стать неотъемлемой частью процесса развития и не может рассматриваться в отрыве от него (принцип 4).

Поэтому без серьезных исследований в области анализа эколого-экономического взаимодействия, проблема охраны окружающей среды не может выйти за рамки осуществления отдельных природоохранных мероприятий. В связи с этим насущно встает проблема количественной оценки эффективности природопользования, как отношение производимой продукции к загрязнению окружающей природной среды. Данное соотношение можно представить в виде:

$$Э^{ф} = \frac{Q^{ф}}{\sum_{i=1}^{n} B_i^{ф}}, \quad (1)$$

где Q^{ϕ} – фактический объем производства продукции, т;

$\sum_{i=1}^{n} B_i^{\phi}$ – выбросы и сбросы загрязняющих веществ в окружающую среду, т;

i – индекс загрязняющего вещества;

n – количество загрязняющих веществ.

Система природопользования состоит из отдельных подсистем, в том числе и социально-гигиенической. Главная задача природоохранных мероприятий – сохранение и укрепление здоровья, продление жизни как сегодняшних, так и последующих поколений.

Качество народонаселения и отдельного человека связывается с такой категорией как «здоровье», издавна признававшейся одной из главных жизненных ценностей человека. Ныне «максимально достижимый уровень здоровья» признается одним из неотъемлемых прав человека и народа, выступает как важнейшее условие и средство, как одна из конечных целей общественного развития. Наоборот, низкий уровень здоровья населения осознается как прямая угроза национальной безопасности государства, как препятствие его социально-экономическому прогрессу.

Качество жизни населения России на протяжении последних лет значительно ухудшилось. Помимо количественного уменьшения прироста населения, ухудшение качества жизни привело и к значительному снижению здоровья населения. Обостряются экологические условия проживания, особенно в индустриальных городах, где многократное повышение нормативов загрязнения воздушного бассейна стало обычным. В атмосферном воздухе одновременно присутствует большое количество загрязняющих веществ, поэтому длительное воздействие даже небольших концентраций влияет на здоровье населения. Все это приводит к росту различного рода заболеваний, ослаблению иммунитета, генетическим изменениям.

Показатели заболеваемости возросли по всем возрастным группам и практически по всем социально-значимым заболеваниям.

Опасение за будущее не лишено основания. По материалам Центра демографии и экологии Института народнохозяйственного прогнозирования РАН выявлено более двух тысяч факторов окружающей среды, влияющих на наследственные структуры человека.

В «Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» основные показатели качества жизни определены таким образом:

- продолжительность жизни человека (ожидаемая при рождении или фактическая);
- состояние его здоровья;
- отклонение состояния окружающей среды от нормативного;
- уровень знаний или образовательных навыков;
- доход (измеряемый валовым внутренним продуктом на душу населения);
- уровень занятости;
- степень реализации прав человека.

Существует множество работ по оценке воздействия загрязнений на человека. В настоящее время нет никакого сомнения в том, что загрязнение окружающей среды сопровождается ухудшением состояния здоровья населения. Вместе с тем, проблема количественной оценки влияния этих загрязнений еще окончательно не решена.

Исходя из вышеизложенного, автор этой работы предлагает использовать корректирующий коэффициент:

$$k_{к.ж.} = \frac{П_{ср.пр.}}{П_{ср.р.}}, \qquad (2)$$

где $П_{ср.\ пр.}$ – средняя продолжительность жизни по промышленному району, лет;

$П_{ср.\ р.}$ – средняя продолжительность жизни по региону, лет.

По мнению автора данной работы, этот коэффициент наиболее полно учитывает влияние загрязнения окружающей среды в промышленном городе, по сравнению со всей страной и, как следствие, ухудшение качества жизни. Ведь социальные, экономические и прочие условия в регионе примерно одинаковы. Так почему же существует разница в средней продолжительности жизни в районе, загрязненном выбросами промышленных предприятий, по сравнению со всем регионом? Вывод однозначен, на изменение продолжительности жизни решающее значение оказывает загрязнение окружающей среды.

Тогда модель потенциально возможной эффективности природопользования с учетом интегрального коэффициента, отражающего качество жизни, примет следующий вид:

$$Э^{ПВ} = k_{к.ж.}^{ПВ} \cdot \frac{\sum_{i=1}^{n} Q_i^{ф} \cdot \left[1 + \left(\frac{n \cdot \sum_{i=1}^{p} Q_i^{ф}}{\sum_{i=1}^{p} Q^{ПЛ} \cdot \sum_{i=1}^{n} \frac{Q_i^{ФН}}{Q_i^{ПЛ}}} - 1 \right) \cdot r^2 \right]}{\sum_{k=1}^{K} A_k \cdot B_{k атм}^{ПВ} + \sum_{m=1}^{M} A_m \cdot B_{твод}^{ПВ}} \rightarrow \max , \qquad (3)$$

где $k_{к.ж.}^{ПВ}$ – потенциально возможный коэффициент качества жизни населения;

$Q_i^{ф}$ – фактический объем продукции за *i*–ю декаду, т;

$Q_i^{ПЛ}$ – плановый объем продукции за *i*-ю декаду, т;

$Q_i^{ФН}$ – нормированный фактический объем продукции за *i*-ю декаду, т;

i – номер декады;

j – номер дня в декаде;

n – количество декад в анализируемом периоде;

k, m – индексы загрязняющих веществ;

p – количество декад, где $R_i > R$;

R – средний коэффициент выполнения плана;

R_i – коэффициент выполнения плана по декадам;

r – линейный коэффициент корреляции, показывающий связь между коэффициентом динамики выполнения плана и коэффициентом динамики объема продукции;

$\sum_{k=1}^{K} B_{k атм}^{ПВ}$ – минимально возможный (потенциальный) объем выбросов в атмосферу, т/год;

$\sum_{m=1}^{M} B_{твод}^{ПВ}$ – минимально возможный (потенциальный) объем сбросов в водную среду, т/год;

$A_{k, m}$ – показатель относительной опасности загрязняющих веществ, усл. т/т.

Список литературы

1. Выходцева Г.П. Эколого-экономическая оценка эффективности природопользования на предприятиях по добыче руд цветных металлов. Диссертация ... кандидата экономических наук. Москва, 2003. — 108 с.

2. Гурова Т. В., Назаренко Л.В. Экология и рациональное природопользование: учебник и практикум для СПО. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 188 с.

3. Климов П. В., Суржиков Д. В., Суржиков В. Д., Большаков В. В. Оценка антропогенного загрязнения атмосферного воздуха г. Новокузнецка // Вестник Кемеровского государственного университета. 2011. № 2 (46). С. 190.

СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ И БИЗНЕС ПРОЦЕССАМИ. МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС–ПРОЦЕССЫ МАРКЕТИНГА
MODERN BUSINESS MARKETING PROCESSES

Аснович Нина Григорьевна
Asnovich Nina Grigorievna

Белорусский национальный технический университет, Беларусь, Минск
Belarusian National Technical University, Belarus, Minsk
(e-mail: Nicka6@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые вопросы, связанные с бизнес-процессами маркетинга, нестандартные подходы к пониманию этих процессов в современных условиях, проведена систематизации маркетинговой деятельности и ее процессов.

Abstract: Some issues related of the marketing business processes, non-standard approaches to understanding these processes in modern conditions are considered, marketing activities and their processes are systematized.

Ключевые слова: маркетинг, бизнес-процессы, потребительская ценность, продукт.
Keywords: marketing, business processes, customer value, product.

Маркетинг представляет собой большой объем работы разной степени рутинности, где необходимо много думать, анализировать, составлять различные таблицы, отчеты, а также общаться с людьми. Чем досконалнее компания знает рынок, свою целевую аудиторию и ее предпочтения – тем выше будет эффективность создаваемых материалов, рекламы, продаж, да и в целом всей компании.

Маркетинг – это социальный процесс, который направлен на массовое удовлетворение потребностей и желаний посредством создания и предложения товаров и услуг, имеющих определенную ценность и возможность свободного обмена ими.

Маркетинг – это деятельность, совокупность институтов и процессов, обеспечивающих создание, информирование, доставку и обмен предложений, имеющих ценность для потребителей, клиентов, партнёров и общества в целом. (Американская ассоциация маркетинга (AMA)).

Если проанализировать и сравнить определения, то можно заметить, что вначале стоит создание **потребительской ценности,** а потом **информирование** и создание условий для **свободного обмена.**

Маркетинговую деятельность можно разделить на три составляющие:

- создание потребительской ценности;
- информирование потенциальных клиентов;
- сумма взаимодействий с клиентами.

Здесь отсутствуют очень важные процессы, которые выведены за рамки маркетинга. Это продажи. Обычно отдел маркетинга существует рядом с отделом продаж.

Продажи – неотъемлемая часть маркетинга. Невозможно разделить маркетинг и продажи, невозможно спорить о том, что важнее.

Процесс обработки заказа, в котором участвуют логисты, бухгалтеры и другие отделы, это тоже маркетинг. И именно маркетинг должен отвечать за функционирования этого процесса.

Целью маркетинга является создание условий для адаптации производства (бизнеса) к общественному спросу, требованиям рынка, а также создание системы технических и организационных мер для изучения рынка, увеличения продаж, повышения конкурентоспособности товаров и максимизации прибыли. Основные функции маркетинга: изучение спроса, ценообразование, реклама и продвижение продаж, планирование продукции, продажи и ведение переговоров, хранение, транспортировка товаров, управление торгово-коммерческим персоналом, организация обслуживания потребителей.

Упрощенная работа и контроль. Руководитель отдела маркетинга будет получать уведомления о работе подчиненных; Что касается самого себя, посмотри, какая у него сцена. В работе компании, но также и вне всякого отдела, и уполномоченных изменений.

Для систематизации маркетинговой деятельности, необходимо понять, что в эту деятельность входит.

1. Участие в создании продукта
2. Исследование рынка для изучения спроса
3. Ценообразование
4. Реклама
5. Стимулирование сбыта
6. Сбыт и торговые операции
7. Организация обслуживания потребителей
8. Хранение и транспортировка
9. Управление торговым персоналом

Систематизация маркетинга. Разобьём всю маркетинговую деятельность компании на три основных блока:

– создание ценности

– донесение ценности до потребителя

– обслуживание потребителя

Создание ценности. Любая компания создаёт некий продукт, который предлагает клиентам. В традиционном понимании производители создают продукт, а остальные его продают. Другая точка зрения – все участники рынка создают потребительскую ценность, которая является совокупностью сервисов и товаров, которая и является продуктом компании. Конечным продуктом деятельности маркетинга по созданию ценности является потребительский продукт. И это наиважнейшая маркетинговая задача.

Процессы, включаемые в этот блок:

Исследование потребителя. Кто и каким образом смог бы спроектировать и создать потребительскую ценность без понимания потенциальных клиентов и рынка. Даже интуитивное представление о потребительской ценности часто основано на информации, получаем извне.

Важной маркетинговой функцией является планирование, создание и поддержание процессов исследования потребителя.

Проблемы, возникающие при изучении интересов клиентов и их предпочтений, даже на уровне общения со знакомыми, не должны мешать бизнесу проводить правильные масштабные исследования. Важно понимать, что это нужно делать.

Кроме исследования, необходимо организовать накопление полученной информации, правильность ее интерпретации и обеспечить к ней доступ лиц, принимающих решения о потребительском продукте компании.

В компаниях, где есть маркетинговые отделы и установлен специальный софт для ведения баз данных, эта работа должна быть организована на совершенно другом уровне.

Неизменным остается необходимость работы с такой информацией и проведение мероприятий по исследованию потребителя.

Результат исследования является описание целевой аудитории. Если не понимать свою целевую аудиторию, можно подвергнуть бизнес риску совершения стратегических ошибок при формировании продукта.

У каждого маркетолога есть свой кусок работы, а также множественные коммуникации как внутри, так и вне компании. Для эффективной работы необходимо грамотно организовать и автоматизировать процессы маркетинга.

Программа Neaktor удачно сочетает в себе управление процессами и проектами. В Neaktor без проблем подключается не только отдел маркетинга, но и вся остальная компания. Это упрощает коммуникацию и дает возможность работать совместно с другими отделами: руководством, продажами, производством, бухгалтерией, отделом кадров, юридической службой.

Также в качестве наблюдателя отдел продаж может участвовать в задачах рекламной кампании. Упрощается и контроль работы. Руководитель отдела маркетинга будет получать уведомления о работе подчиненных, он сможет увидеть, на каком этапе та или иная задача, принимать своевременные решения. А руководитель всей компании сможет анализировать работу не только маркетинга, но и каждого отдела, и вносить коррективы в случае необходимости.

Формирование продукта. Изучив потребителей и выбрав целевую аудиторию, для которой будет разработан продукт, приступаем к его разработке.

Продукт представляет собой набор сервисов и услуг, которые могут наилучшим образом удовлетворить потребности нашей целевой аудитории. Это не окончательный процесс. Для развивающейся компании работа по изучению потребителей и формированию продукции должна осуществляться постоянно.

Изменение продукта. В любой компании работа по разработке продукта регулируется, превращается в моделируемые бизнес-процессы и находиться в компетенции маркетологов.

Это еще один из процессов маркетинга. И они требуют установления показателей, позволяющих менеджеру и собственники увидеть и оценить эффективность этой работы.

Донесение ценности до потребителя. Здесь собрана реклама, пиар, всевозможные продвижения, вся известная маркетинговая активность.

Для систематизации и регламентации этой работы можно выделили три основных блока.

– подготовка целевой аудитории

– информирование целевой аудитории

– привлечение потенциальных клиентов

Процесс – Привлечение потенциального клиента. Включает в себя все действия компании, которые могут привлечь внимание вашего потенциального клиента к вашему продукту.

Привлечение потенциального клиента - это методы информирования потенциальных клиентов о вашем продукте, способах его приобретения и условиях его использования. Речь идет не только об информировании, но и о мероприятиях, предназначенных для формирования ценности в сознании потребителя. Сюда входит все от рекламы и связей с общественностью до теле маркетинга.

Процесс – Продажа продукции. Процесс продажи продукта включает в себя все задачи по покупке вашего продукта потенциальным клиентом.

В результате этого процесса потенциальный клиент становится клиентом. Конечным событием процесса продажи продукта может быть выполненный заказ или несколько выполненных заказов.

Процесс – Удержание клиента. Самый важный процесс на конкурентных рынках. Всем предпринимателям, работающим на конкурентных рынках, уже давно ясно, что лояльный клиент - лучший результат взаимодействия с клиентом.

В первую очередь, лояльность зависит от потребительской ценности продукта. На лояльность влияет многое и достигается это по-разному. От того, насколько сильно удовлетворение клиента, полученное от обмена своих денег на предложенную вами потребительскую ценность. Если вы совершаете первую покупку под влиянием различных

субъективных факторов, в том числе эмоциональных, то повторная покупка во многом зависит от полученной ценности или выгод от приобретения покупки.

В дополнение к самому продукту хорошо продуманные действия по поддержанию лояльности могут влиять на лояльность. Это могут быть простые напоминания или сложные программы лояльности. Сюда не включается послепродажное обслуживание, так оно является частью продукта, и, если они заложены в продукт, они являются неотъемлемой частью ценности продукта.

В заключение статьи следует отметить, что маркетинг не является какой-то разовой активностью. В маркетинге важна постоянная работа и системность. Процессы не смогут заменить необходимость в хороших маркетологах, но помогут выйти на другой уровень организации и эффективности работы.

Основные бизнес-процессы создают добавленную стоимость продукции. Они имеют стратегическое значение: являются источником генерирования дохода предприятия и залогом его конкурентоспособности. Именно поэтому так важны поставленные бизнес-процессы. Только они могут гарантировать неизменное качество продукции и создание ценности для клиентов.

Список литературы

1. *Борисов А. Б.* Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003. 895 с.
2. Политика и практика маркетинга на предприятии / Под ред. Кеворкова В. В. М.: ИСАРП, «Бизнес – Тезаурус», 1999. 644 с.
3. *Бурак Е. М.* Маркетинговые бизнес-процессы в деятельности организации // 2017. http://elib.bsu.by/handle/123456789/184241.

УДК 330.341

К ВОПРОСУ О БАЗОВОЙ КОМПЛЕКТАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ
TO THE QUESTION ABOUT THE BASIC CONFIGURATION OF BUSINESS PROCESSES OF ENTERPRISES IN THE INFORMATION ECONOMY

Башин Юрий Борисович, Борисова Ксения Борисовна
Bashin Yuri Borisovich, Borisova Ksenia Borisovna

Российский технологический университет, Россия, Москва
Russian University of technology
(e-mail: bashin.y.b@gmail.com; Kborissova@yandex.ru)

Аннотация: Обоснована необходимость изменения бизнес-модели предприятия в условиях информационной экономики и проанализированы основные направления такой трансформации. Рассмотрена базовая комплектация бизнес-процессов, соответствующих трансформированной модели.

Abstract: the necessity of changing the business model of the enterprise in the information economy is substantiated and the main directions of such transformation are analyzed. The basic set of business processes corresponding to the transformed model is considered.

Ключевые слова: предприятие, трансформация, бизнес-модель, бизнес-процесс, информационная экономика.

Keywords: enterprise, transformation, business model, business process, information economy.

Изменения, связанные с развитием информационной экономики, приводят к трансформации внешней и внутренней среды предприятия. Эти трансформации требуют адекватной реакции, которая состоит в трансформации бизнес-модели предприятия. Изменения бизнес-модели предприятия могут преследовать следующие цели: улучшение инфраструктуры и снижение транзакционных издержек, модернизацию комплектации и характеристик основных и вспомогательных бизнес-процессов, совершенствование системы мотивации и обогащение корпоративной культуры интеллектуальной составляющей.

Актуальность данной проблемы связана с развитием цифровой экономики России как элемента информационной экономики. Такое развитие подтверждается как растущими объемами добавленной стоимости, произведенной в секторе информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), так и количеством организаций, использующих информационно-коммуникационные технологии. Так, по данным НИУ ВШЭ [1], валовая добавленная стоимость сектора ИКТ выросла с 660 млрд. руб. в 2005 году до 2211,1 млрд. руб. в 2017 году. А количество организаций предпринимательского сектора, имеющих свой веб-сайт (то есть использующих ИКТ в своей деятельности), выросло с 18,1% в 2005 году до 43,4% в 2016 году. В программе правительства «Цифровая экономика Российской Федерации» на период до 1925 года отмечается, что объем экономики российского сегмента информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по итогам 2016 года превысил 1,5 трлн рублей (3% ВВП), а доля интернет-зависимых секторов экономики превысила 19%. Приведенные цифры доказывают, что Россия должна перейти к новому экономическому укладу, который характеризуется качественно новым уровнем развития и использования ИКТ, что требует и трансформации элементов бизнес-модели предприятий [2].

Согласно наиболее распространённому определению, бизнес-модель предприятия логически описывает, каким образом предприятие создаёт продукцию, поставляет ее клиентам и таким образом приобретает стоимость. Наиболее часто в бизнес-модели выделяют такие элементы, как структура, процессы, информационные технологии, способы мотивации и корпоративная культура.

Очевидно, что эффективность функционирования предприятия зависит от того, насколько все элементы бизнес-модели соответствуют внешней среде предприятия, которая в настоящий момент все в большей степени определяется факторами информационной экономики.

Информационный потенциал предприятия является важным фактором конкурентоспособности предприятия в условиях информационной экономики, а его уровень одной из характеристик бизнес-модели предприятия. Мы будем использовать следующее определение категории «информационный потенциал предприятия»: информационный *потенциал – это совокупность информационных ресурсов, систем информационного обеспечения и системы их организации для максимальной возможности обеспечения своевременной достоверной и полной информацией лиц, принимающих управленческие решения.*

Методы комплексной оценки информационного потенциала предприятия представлены в [3]. В состав информационного потенциала предприятия включим корпоративные информационные системы нижнего, среднего и высшего (бизнес-аналитики) уровня предприятия, а также средства сетевого слежения за автономными объектами предприятия.

В рамках решения поставленной задачи «разработать требования к характеристикам бизнес-процессов предприятия, необходимые для адаптации бизнес-модели предприятия к условиям информационной экономики» предполагается построить соответствующую базовую комплектацию бизнес-процессов предприятия. Для этого, наряду с классическими блоками, к которым относятся функциональные блоки бизнес-процессов основной и обеспечивающей деятельности предприятия, предполагается добавить модифицированный блок управления развитием предприятия, в котором один или группа бизнес-процессов будут иметь своей целью информационное развитие предприятия, повышающее его информационный потенциал, а конкретно: цифровые технологии, средства и системы

информационно-технологического сопровождения деятельности и прогнозирования развития предприятия.

Рассмотрим бизнес-процессы подсистем промышленного предприятия. Для этой цели определим следующие семь подсистем предприятия:

1. Подсистему управления (стратегического и оперативного).
2. Подсистему производства.
3. Подсистему снабжения.
4. Подсистему маркетинга и продаж.
5. Кадровую подсистему.
6. Подсистему материальных и энергетических ресурсов.
7. Подсистему информационных и интеллектуальных ресурсов.

Все бизнес-процессы предприятия разделим на следующие три группы: продуктовые, ресурсные, управления. Цель продуктовых бизнес-процессов – обеспечение единой клиентской политики и оптимизация продуктового портфеля. Цель ресурсных бизнес-процессов – обеспечение эффективной оборачиваемости товарно-материальных ценностей и финансов, рост производительности и качества труда персонала. Цель бизнес-процессов управления – оптимизация организационной структуры предприятия, оптимизация затрат на административно-управленческий аппарат, повышение скорости и качества принятия управленческих решений, повышение уровня информационного потенциала предприятия.

Показатели успешной трансформации продуктовых бизнес-процессов: рост доли рынка, сокращение сроков задержки готовой продукции, сервисного обслуживания, разработки и вывода на рынок новых изделий, оборачиваемости товарно-материальных ценностей, сокращение числа рекламаций на продукцию предприятия, повышение рентабельности. Показатели успешной трансформации ресурсных бизнес-процессов – сокращение простоев оборудования, оптимизация величины страхового запаса, сокращение транспортно-заготовительных расходов, сокращение длительности производственного цикла, сокращение финансового цикла, оптимизация налогообложения, сокращение объема складских помещений, сокращение длительность цикла обработки финансовых документов, сокращение величины штрафов, пени, неустоек за нарушение правил, регулирующих производственно-хозяйственную деятельность предприятия и т.д. Показатели успешной трансформации управленческих бизнес-процессов – степень согласованности всех бизнес-процессов предприятия, степень согласованности операционных стратегий (месячной, квартальной и проч.) с долгосрочными целями, степень своевременной информированности управленческого персонала о фактическом положении дел, повышение уровня информационного потенциала предприятия и др.

Проведем анализ структуры и режимов функционирования подсистем для определения базовой комплектации бизнес-процессов предприятия. Постулируем: *степень удовлетворенности информационных потребностей организации зависит от ее организационной зрелости в целом и далее от организационной зрелости ее подсистем.*

Бизнес-модель предприятия формирует некоторый набор бизнес-функций предприятия. Под бизнес-функцией будем понимать вид деятельности предприятия. Бизнес-функции предприятия реализуются разработанными бизнес-процессами. Успешность бизнес-процесса определяется степенью достижения заранее установленной цели. Достижение всей определенной совокупности целей за счет выполнения бизнес-процессов задается, как правило, иерархической структурой, называемой деревом целей

Множество бизнес-функций представляет иерархическую декомпозицию функциональной деятельности предприятия и называется деревом функций. Бизнес-функции связаны с показателями деятельности предприятия, образующими дерево показателей.

На основании показателей строится система показателей оценки эффективности выполнения бизнес-процессов. Владельцы процессов контролируют свои бизнес-процессы с помощью данной системы показателей. Напомним, что наиболее общими показателями оценки эффективности бизнес-процессов являются: количество и номенклатура

производимой продукции заданного качества за определенный интервал времени, количество и номенклатура потребляемых ресурсов, длительность выполнения типовых операций и т. д.

Предлагается за основу построения базовой комплектации бизнес-процессов предприятия взять следующий набор, состоящий из шести обобщенных процедур:

1. Типизацию подсистем предприятия.
2. Выделение бизнес-функций по каждой подсистеме.
3. Определение бизнес-моделей по каждой бизнес-функции.
4. Разработка система показателей оценки эффективности выполнения бизнес-процессов.
5. Разработка базовой комплектации бизнес-процессов каждой бизнес-модели.
6. Оценка эффективности бизнес-процессов, в том числе и по уровню их вклада в информационный потенциал предприятия.

Для иллюстрации предлагаемого подхода рассмотрим процедуры базовой комплектации бизнес-процессов предприятия для удовлетворения информационных потребностей на примере развития подсистемы снабжения организации.

Подсистема снабжения выполняет следующие функции: мониторинг рынка ресурсов (товаров/работ/услуг), поиск и оценку источников поставок товаров, формирование эффективной базы поставщиков, развитие взаимоотношений с поставщиками, мониторинг эффективности взаимодействия с поставщиками.

Развитие бизнес-моделей организации поставок на современном предприятии в условиях информационной экономики основывается на следующих подходах: направления взаимоотношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management - SRM), эффективная реакция на запросы потребителей (Efficient Consumer Response - ECR), запасы управляемые поставщиком (Vendor-Managed Inventory - WMI), модель совместного планирования, прогнозирования и пополнения запаса (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment - CPFR).

Информационные (цифровые) технологии применяются при реализации следующих этапов снабжения: «сорсинг», «управления закупками», «аналитика». Первый этап снабжения «сорсинг» реализует следующие функции: выбор источников закупок (оптимальной группы поставщиков) и организацию договорных отношения с этой группой поставщиков. Этап снабжения «сорсинг» реализует следующие два типа бизнес-процесса: оптимизация закупочных возможностей предприятия с целью уменьшения затрат и сроков доставки товаров и услуг и снижение транзакционных издержек при подготовке и реализации контрактных отношений с поставщиками. Особенно важна реализация бизнес-процессов по снижению транзакционных издержек при реализации этапов долговременной стратегии снабжения предприятия и построения надежных взаимоотношений с поставщиками на международном рынке. Количество бизнес-процессов зависит от номенклатуры выпускаемой продукции и числа поставщиков.

Второй этап снабжения - «управление закупками» реализует следующие две следующих группы функций: группу функций по устранению узких мест в логистических процессах и группу функций по обеспечению оперативной связи поставщика и потребителя. Для реализации этих функций должна быть созданы две группы бизнес-процессов. Группа бизнес-процессов по выявлению узких мест и их устранению в процессах логистики и вторая группа электронного документооборота «поставщик-заказчик» по каждому поставщику.

Третий этап снабжения – «аналитика и бизнес-интеллект» реализует следующие две группы функций: определение всех ключевых показателей эффективности, связанных со снабженческой деятельностью, и оценка эффективности работы поставщиков. Примером бизнес-процессов, реализующих эти функции, будут: бизнес-процессы выделения ключевых показателей эффективности по каждому поставщику и бизнес-процессы оценки ключевых показателей эффективности по каждому поставщику.

Предлагаемая общая процедура разработки бизнес-моделей снабжения организации имеет следующий вид:

- классификация поставщиков. В первом приближении разделим всех поставщиков на три группы: стратегические, предпочтительные и общие.
- разработка бизнес-моделей группы. Например, бизнес-модели стратегических поставщиков.
- разработка бизнес-процессов. Эти бизнес-процессы должны соответственно отражать добавленную стоимость по всем параметрам бизнес-моделей. Утешением служит то, что количество стратегических поставщиков невелико.

На примере организации информатизации снабженческой деятельности предприятия было показано, что применение информационных технологий в настоящее время — составная часть успеха в деятельности предприятия. Внедрение информационной составляющей в бизнес-модель предприятия позволяет рационально, а в ряде случаев, эффективно совершенствовать бизнес-процессы предприятия.

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-010-00233.

Список литературы

1. Индикаторы цифровой экономики: 2018 // Статистический сборник. – Министерство связи и массовых коммуникаций. ФС государственной статистики, Высшая школа экономики.

2. К. Б. Борисова, Ю.Б. Башин. Основные элементы трансформации бизнес-модели предприятия в условиях информационной экономики. // Материалы симпозиума Стратегическое планирование и развитие предприятий. ЦЭМИ РАН, 2018.

3. Ю.Б. Башин, К. Б. Борисова. Методы оценки информационного потенциала предприятия. // Управление экономическими системами: Электронный научный журнал №7, 2018.

УДК 339.924

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ В ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ ЭКОНОМИК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
HUMAN POTENTIAL IN THE INTEGRATION PROCESSES OF ECONOMY OF THE REPUBLIC OF BELARUS AND THE RUSSIAN FEDERATION

Богатырева Валентина Васильевна
Bogatyreva Valentina Vasilyevna

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова – ВГУ имени П.М. Машерова, Республика Беларусь, Витебск
Vitebsk state University named after P.M. Masherov – VSU named after P.M. Masherov, Republic of Belarus, Vitebsk
(e-mail: bahatuarova@ya.ru)

Аннотация: Рассмотрена роль человеческого потенциала в становлении экономик Республики Беларусь и Российской Федерации, проведен сравнительный анализ на предмет возможности интеграционных процессов стран с учетов уровня развития человеческого потенциала, инноваций, товарооборота и др.

Abstract: Considered the role of human potential in the development of the Republic of Belarus and the Russian Federation economies, carried out the comparative analysis of the

possibility of the Republic of Belarus and the Russian Federation integration processes taking into account the level of human development, innovation, trade turnover, etc.

Ключевые слова: технологический уклад, человеческий потенциал, инновации, инвестиции.

Key words: technological structure, human potential, innovations, investments.

Республика Беларусь и Российская Федерация отличаются от других стран СНГ наиболее тесным экономическим сотрудничеством. С 1996 г. в рамках подписания Договора об образовании Сообщества Беларуси и России [1], а год спустя — Договора об образовании Союза Беларуси и России [2], развивались интеграционные процессы не только в экономической, но и в других сферах общественной жизни. Одними из важнейших предпосылок к такому сотрудничеству стали территориальное разделение труда, специализация и кооперация экономических связей.

Исходя из отчета «Российско-белорусские отношения в горизонте до 2020 года: итоги форсайт-сессии» [3], а так же специальной литературы, нами были рассмотрены наиболее значимые блоками факторов интеграционных процессов Республики Беларусь и Российской Федерации, а именно технологический и социально-экономический блоки факторов.

На сегодняшний день по оценкам экспертов только 10 % экономики Союзного государства находится в пятом технологическом укладе (направления: биотехнологии, микроэлектроника, информатика), в то время как 50% - в четвертом (направления: компьютеры, телекоммуникации), 30% - в третьем технологическом укладе (направления: нефть, атом, автомобили, электроника). Республика Беларусь только приступила к осваиванию атомной энергетики, в то время, как страны Европы уже отказываются от данного вида энергии. Следовательно, можно говорить об отставании экономик Республики Беларусь и Российской Федерации от других стран, таких как США, Япония, Германия и т.д., развивающих уже шестой технологический уклад (направление: нанотехнологии).

Однако даже в рамках Союзного государства уже сегодня существует риск технологических разрывов, отставания и застоя в технологическом развитии государств-партнеров в отдельности. По данным Международной школы бизнеса INSEAD, ежегодно составляющей рейтинга стран по Индексу инновационного развития [4], Республика Беларусь в 2018 г. заняла 86 место, немного улучшив свои позиции с 2017 г. (88 место), но опустившись на 33 позиции с 2015 г., в то время как Российская Федерация на сегодняшний день занимает 46 место в мире по уровню инноваций, входя в Топ-50 стран с 2014 г. (табл.1).

Таблица 1 - Республика Беларусь и Российская Федерация в Глобальном Индексе инноваций

Показатель		2013	2014	2015	2016	2017	2018
Республика Беларусь							
Индекс инноваций	место	**77**	**⬆58**	**⬆53**	**⬇79**	**⬇88**	**⬆86**
	индекс	34,6	37,1	38,23	30,39	29,98	29,40
Российская Федерация							
Индекс инноваций	место	62	**⬆49**	**⬆48**	**⬆43**	**⬇45**	**⬇46**
	индекс	37,2	39,1	39,2	38,5	38,76	37,90

Технологический разрыв может стать значимым препятствием при переходе на новый технологический уклад для Союзного государства, что играет решающую роль в инновационном, промышленном и экономическом развитии.

В качестве наиболее важных факторов, формирующих социально-экономический блок и способствующих интеграции экономик Российской Федерации и Республики Беларусь, можно выделить следующие: общие историко-культурные ценности и традиции государств-партнеров; схожая структура экономик Российской Федерации и Республики Беларусь; схожая демографическая ситуация государств-партнеров; экспортно-импортных отношения

государств-партнеров; наличие большого количества совместных инвестиционных проектов, особенно в отраслях с высокой добавленной стоимостью и в сфере инфраструктуры; трудовая миграция внутри Союзного государства; развитие единого образовательного пространства.

Между Республикой Беларусь и Российской Федерацией, несмотря на значительные отличия по территории, составу природных ресурсов и ископаемых, просматриваются общие черты экономического состояния: соответствие экономических структур; этап экономического развития; уровень развития производительных сил; тип экономики и т.д.

ВВП на душу населения в Республике Беларусь в 2018 г. составил 5610,17 долл. США, в Российской Федерации – 9264.27 долл. США. Если рассматривать ранжирование стран по ВВП на душу населения 2018 г., то Республика Беларусь заняла 93 место, Российская Федерация – 73 место из анализируемых 187 стран.

По данным ежегодного Доклада Всемирного Банка «Ведение бизнеса» (Doing Business Report) [5], оценивающего 190 странах по простоте осуществления предпринимательской деятельности (на основе 10 индикаторов, оценивающих систему регулирования деятельность малых и средних предприятий на протяжении всего их жизненного цикла) в 2018 г. Республика Беларусь заняла 38 место, Российская Федерация – 35 место, обойдя Армению, Грецию, Киргизию, Украину и др. (рис. 1).

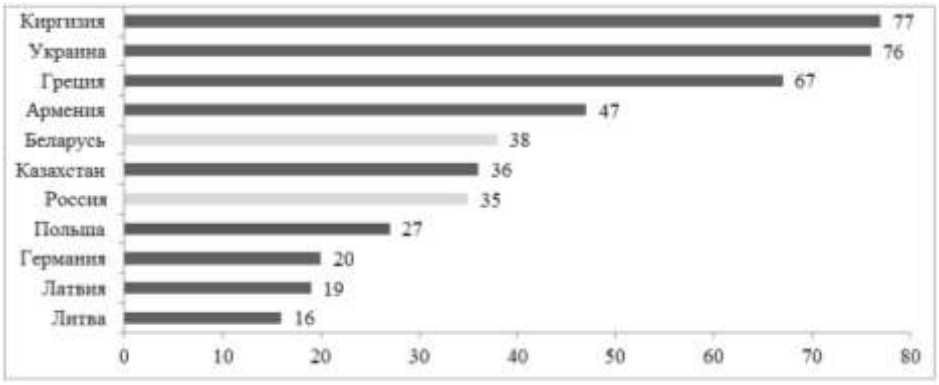


Рис. 1. – Рейтинг стран Всемирного банка Doing Business в 2018 г.

Следовательно, экономическое развитие двух государств в целом совпадает, что подтверждает возможность экономической интеграции. Можно сказать, что в рамках Союзного государства уже сформирована основа для развития производственной кооперации между российскими и белорусскими организациями в форме создания совместных производств. Уже сейчас реализуются совместные инвестиционные проекты, особенно в отраслях с высокой добавленной стоимостью и в сфере инфраструктуры.

Для Республики Беларусь Российская Федерация является основным экспортером и импортером товаров. Доля импорт из Российской Федерации в Республику Беларусь составляет более 50 % от общего объема импорта. В Российскую Федерацию Республика Беларусь экспортирует до 40 % своих товаров, продукции и услуг. Однако если импорт из Российской Федерации постоянно растет, то с 2014 г. отмечается отрицательная динамика по экспорту в Российскую Федерацию.

Отдельно стоит рассмотреть фактор зависимости качественной составляющей национального богатства государств-партнеров от качества формирующего его человеческого капитала, как одного из достаточно важных форм проявления человеческого потенциала в системе рыночных отношений.

Основой для будущего создания высокотехнологичных производств и продуктов, которые в последующем могли бы способствовать повышению эффективности экспортно-импортных отношений выступает Национальное богатство, представленное природным,

человеческим и физическим капиталами. Сегодня в большинстве стран происходит замещение физического капитала человеческим, приобретающим все большую значимость.

Необходимо заметить, Республика Беларусь, как и Российская Федерация, входят в состав стран с высоким уровнем ИЧР [6], опережая некоторые страны постсоветского пространства (таблица 2). В 2017 (2018) г. Республика Беларусь занимала 53 место (снижение позиции с 2013 г. на 3 пункта), Российская Федерация – 49 место (улучшение позиции с 2013 г. на 6 пунктов). Известно, что благосостояние населения во многом влияет на возможность освоения человеком новых знаний, что в итоге позволит считать человеческий ресурс не только важнейшим ресурсом развития производства, но и приоритетным фактором экономического роста и инновационного развития государства.

Таблица 2 - Республика Беларусь и Российская Федерация в Индексе развития человеческого потенциала

Показатель		2013	2014	2015	2016	2017 (2018)
Республика Беларусь						
Индекс развития человеческого потенциала	место	**50**	⬇**51**	⬇**52**	⬆**50**	⬇53
	индекс	0,793	0,786	0,796	0,798	0,808
Российская Федерация						
Индекс развития человеческого потенциала	место	55	⬇**57**	⬆**52**	⬆**50**	⬆49
	индекс	0,788	0,778	0,782	0,798	0,816

Однако для развития экономики недостаточно обладание только высоким потенциалом человеческих ресурсов, но так же необходимо финансирование наукоемких отраслей, являющихся основой формирования и роста высококачественного человеческого капитала страны. Наличие инвестиционных ресурсов, направляемых в научно-исследовательский сектор, во многом способствует повышению уровня человеческого развития государства и ведет к повышению эффективности инновационного развития. Следовательно, государство должно уделять особое внимание повышению качественного уровня именно человеческого капитала путем увеличения объемов целевого финансирования НИОКР, что возможно только при условии создания эффективной системы управления как со стороны самих субъектов инвестиционно-инновационной деятельности, так и государства в целом. В результате научного исследования была выявлена степень зависимости величины изменения ВВП от изменения факторов в Республики Беларусь и Российской Федерации [7].

В рамках исследования был проведен анализ степени зависимости величины изменения Валового внутреннего продукта от изменения человеческого капитала, рассчитанного как для Республики Беларусь, так и для российской Федерации. Полученная динамика представлена на рис. 2.

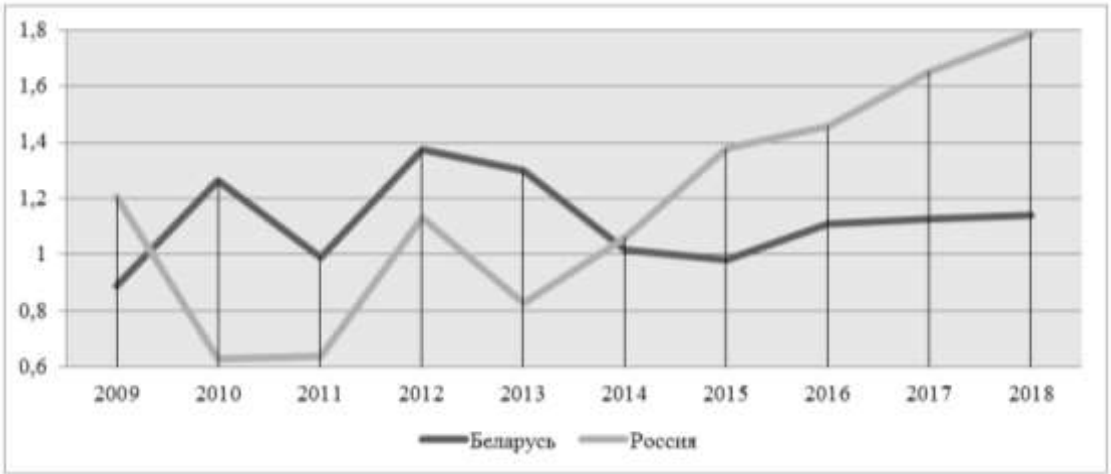


Рис. 2. Степень зависимости величины изменения ВВП от изменения человеческого капитала, 2009 – 2018 гг.

Как видно из представленных данных в анализируемом периоде прослеживаются скачкообразные колебания участия человеческого капитала в приращении ВВП в рассматриваемых странах.

Особое внимание обращает на себя 2013 год, когда данный показатель начал отмечаться постоянным высоким ростом для Российской Федерации.

В Республике Беларусь схожая тенденция начала проявляться с 2015 г. Необходимо заметить, что скачкообразные колебания показателя в период с 2009 по 2013 (2014 г.) связаны с кризисными явлениями в мировой экономике, снижением темпов производства.

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд выводов:

Для эффективной технологической интеграции Республика Беларусь и Российская Федерация должны не только развивать новые технологии, но и совместно проводить исследования в целях обмена опытом и выработки единых механизмов развития инновационной составляющей Союзного государства, так как Технологический разрыв может стать значимым препятствием при переходе на новый технологический уклад для Союзного государства, что играет решающую роль в инновационном, промышленном и экономическом развитии.

Учитывая, что Российская Федерация является стратегическим партнером в промышленности, торговле, образовании и иных сферах, изложенные материалы имеют высокое практическое значение, а представленные аспекты влияния человеческого капитала на изменение ВВП имеют высокую степень научной новизны.

Процесс экономического сотрудничества и интеграции экономик Республики Беларусь и Российской Федерации способствует гармоничному развитию Союзного государства, обеспечивает развитие промышленности, внешнеторговых отношений, образовательной среды и социально-экономических условий функционирования государств.

Список литературы

1. Договор об образовании Сообщества Беларуси и России от 2 апреля 1996 г. // 2004. http://www.soyuz.by/about/docs/dgovor2/.
2. Договор об образовании Союза Беларуси и России от 2 апреля 1997 г. // 2004. http://www.soyuz.by/about/docs/dogovor3/.
3. Российско-белорусские отношения в горизонте до 2020 года: итоги форсайт-сессии / Под ред. А. Д. Саулина. Москва: ООО «Интеграция: Образование и Наука», 2017. 96 с.
4. The Global Innovation Index 2018 // 2018. http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=GII–Home.
5. Doing Business // 2018. http://russian.doingbusiness.org/Rankings.
6. Human Development Reports // 2018. http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2018_RU_Complete.pdf.
7. *Богатырёва В. В.* Человеческий капитал, инвестиции и инновации: фундаментальный и прикладной аспекты исследования взаимосвязи // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. D, Экономические и юридические науки. 2015. № 5. С. 94–97.

УДК 331.108.2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ
EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT ORGANIZATION AS AN ELEMENT OF THE PERSONNEL POLICY OF THE ORGANIZATION

Ванкевич Елена Васильевна
Vankevich Alena Vasilevna

Витебский государственный технологический университет – УО «ВГТУ», Республика Беларусь, Витебск
Vitebsk state technological University – UO «VSTU», Republic of Belarus, Vitebsk
(e-mail: vankevich_ev@tut.by)

Аннотация: Рассмотрены необходимость и направления оценки влияния управления человеческими ресурсами организации на конечные результаты ее деятельности. Обосновано введение дополнительных показателей оценки в практику кадровой диагностики организаций (валовая добавленная стоимость на единицу затрат на персонал, коэффициент окупаемости инвестиций в человеческий капитал, рентабельность персонала в разрезе категорий), использование которых позволит повысить эффективность кадровой политики организации.

Abstract: The directions of necessary and assessing of influence of the human resources management for the final results of organization's activities are considered. The use of additional evaluation indicators into the practice of personnel diagnostics of organizations (gross value added per unit of personnel costs, coefficient of recoupment of investments in human capital, profitability of personnel by category) is justified, the use of which will improve the effectiveness of the personnel policy of the organization.

Ключевые слова: управление человеческими ресурсами, кадровая политика, эффективность управления человеческими ресурсами организации, кадровая диагностика

Key words: human resources management, personnel policy, efficiency of human resources management, personnel diagnostics

Кадровая политика должна подчиняться стратегии организации и способствовать формированию (укреплению) ее конкурентных преимуществ [2; 5; 11; 12]. Ее основной задачей является кадровое сопровождение развития организации. Поэтому разработка активной кадровой политики организации, соответствующей ее стратегическим планам и обеспечивающей укрепление конкурентных преимуществ организации за счет эффективного использования ее человеческих ресурсов, обязательным этапом включает оценку эффективности управления человеческими ресурсами (УЧР) и оценку влияния кадровой политики на эффективность деятельности организации. Для обеспечения практической реализации данного положения необходимо определить конкретные инструменты и индикаторы, позволяющие оценить влияние УЧР на эффективность деятельности организации.

Эффективность УЧР организации можно оценить по следующим направлениям:

– индивидуальная производительность труда работника и желаемое для организации деловое поведение работника;

– экономические показатели эффективности управления человеческими ресурсами – выработка, рентабельность инвестиций в человеческий капитал, рентабельность персонала;

– социальные показатели эффективности управления человеческими ресурсами – текучесть кадров, количество нарушений трудовой дисциплины;

– реализаций функций управления человеческими ресурсами.

Существующие эмпирические исследования в целом подтвердили наличие влияния систем УЧР на эффективность деятельности организаций и их конечные результаты, наличие положительной корреляции между стратегической ориентацией системы управления человеческими ресурсами и деятельностью организаций [3, с. 467; 4, с.63]. «Лучшую выживаемость в период экономического кризиса показали те компании, которые в докризисное время уделяли внимание целенаправленному развитию человеческого фактора» [4, с. 63]. В этом и проявляется вклад кадровой политики в конкурентные преимущества организации [10;12]. Эмпирически доказано, что «…существует положительная корреляция между ориентацией системы УЧР на стратегические цели и результатами деятельности организаций» [1; 3, с. 468]. То есть функции УЧР оказывают положительное влияние на прибыль организаций и их эффективность.

В экономической литературе и бизнес-практике сложилось несколько подходов к этому вопросу. Наиболее распространенным является оценка результативности УЧР по уровню производительности труда [2; 3; 13]. Вторым подходом к оценке эффективности УЧР является расчет рентабельности человеческих ресурсов. Этот показатель используется при международных компаративных исследованиях консалтинговыми компаниями - Saratoga Institute, PriceWaterHouseCoopers [4; 6; 7; 3, с. 466; 8]. По мере осознания человеческих ресурсов не только источником затрат, сколько источником развития организации, стал использоваться показатель рентабельности инвестиций в человеческий капитал [7]. Достаточно широко при оценке эффективности УЧР используются экспертные оценки, собранные в процессе опроса заинтересованных сторон (стейхолдеров) – например, удовлетворенность сотрудников и руководителей организации. Однако этот метод достаточно трудоемкий и не лишен субъективности. К тому же, сотрудники могут быть удовлетворены работой и не давать при этом высоких показателей эффективности в целом. Однако в данных подходах не достаточно ясно видна связь между практикой УЧР и экономическими, финансовыми показателями деятельности организации, а также ориентация кадровой работы на стратегические цели организации.

В Республике Беларусь бизнес-практика нуждается во внедрении оценки эффективности программ УЧР и их влияния на стратегические цели организации, поскольку в белорусском менеджменте сложилось определенное противоречие: с одной стороны, провозглашается, что люди – главный ресурс, цель и конкурентное преимущество организаций, а с другой стороны – кадровая функция имеет второстепенное значение [9]. Ситуация во многом объясняется отсутствием традиций и методик оценки эффективности УЧР. Методики кадровой диагностики, имеющиеся в практике работы белорусских организаций, ориентированы на анализ традиционных направлений деятельности, и практически не учитывают ее стратегические ориентиры и расчеты эффективности [15]. Их можно условно разделить на два направления:

– анализ эффективности использования трудовых ресурсов организации как часть традиционного анализа хозяйственной деятельности, который в современных условиях является малоинформативным для принятия управленческих решений;

– методика кадровой диагностики, ориентированная на расчет потенциала избыточной численности занятых для минимизации экономических и социальных затрат, связанных с высвобождением персонала [15].

Соответственно, нет анализа эффективности кадровых процессов и оценки их влияния на эффективность деятельности организации и ее стратегические цели. Как показывают исследования, предприятия не занимаются целенаправленно управлением затрат на персонал, а результаты деятельности организаций в большей степени ассоциируются с финансовыми и маркетинговыми аспектами, но не с практикой УЧР [9].

Существующие в Республике Беларусь методики кадровой диагностики в большей степени предназначены для целей социально ответственного высвобождения работников и определения потенциала избыточной численности работников (табл.1).

Таблица 1. Ограничения существующих подходов к проведению кадровой диагностики

В рамках традиционного анализа хозяйственной деятельности организации	В рамках социально ответственного реструктурирования организации	Общие проблемы существующих подходов
- сравнение фактических результатов с плановыми; - использование стоимостных измерителей; - слабая связь со стратегией организации и конечными результатами деятельности организации	- высокая трудоемкость расчетов; - ограниченный круг пользователей (преимущественно для организаций, имеющих потенциал избыточной рабочей силы и находящихся в преддверии высвобождения)	- слабая готовность отделов кадров к проведению кадровой диагностики, еще больше – к принятию решений на их основе; - нет оценки эффективности рабочего места и стоимости рабочего места; - нет связи с кадровыми технологиями и оценки их эффективности; - нет связи с общей стратегией развития организации

Однако практика в большей степени свидетельствует о наличии не избытка, а недостатка квалифицированных кадров и недостаточно эффективном использовании имеющегося персонала. Следовательно, кадровым службам необходимы методики кадровой диагностики, помогающие решать эти насущные на данный момент задачи – повышение эффективности системы УЧР и ее направленность на стратегические задачи организации.

При разработке системы анализа эффективности УЧР организации одной из важных методологических задач является обоснование и подбор показателей для оценки. В основе качественного управления человеческими ресурсами (УЧР) лежит качественная диагностика. Анализ существующих методик анализа эффективности использования трудовых ресурсов и методик кадровой диагностики позволяет дополнить этот перечень следующими показателями: 1) валовая добавленная стоимость на единицу затрат на персонал (в качестве дополнительного показателя можно использовать показатель «Валовая добавленная стоимость на одного работника, занятого полный рабочий день»); 2) коэффициент окупаемости инвестиций в человеческий капитал (характеризует эффективность вложенных средств в работника). Данный показатель отражает размер прибыли, полученный на каждый рубль, инвестированный в человеческие ресурсы организации и характеризует эффективность использования расходов на персонал; 3) рентабельность персонала.

Таблица 2. Оценка эффективности УЧР (на примере 125 организаций концерна «Беллегпром» 2012- 2016 г.г.)

Показатели	Текстильные организации		Трикотажные организации		Швейные организации		Кожевенно-обувные организации	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016
Среднесписочная численность сотрудников, чел	17658	15030	13636	11062	13783	10094	14461	12658
Расходы на персонал на 1 сотрудника, тыс. руб.	2,987	9,190	4,102	9,238	4,467	9,035	2,974	9,725
ВДС на одного работника, тыс. руб.	7,418	13,672	7,019	21,183	9,709	12,862	11,771	21,321
Доля расходов на персонал в себестоимости, %	16,70	22,71	36,20	27,59	34,17	44,02	15,03	29,09

Рентабельность персонала, %	32,79	5,40	12,28	43,74	47,54	28,88	101,38	32,34
Коэффициент эффективности инвестиций в человеческий капитал, %	0,327	0,054	0,1227	0,4374	0,475	0,288	1,013	0,323

Результаты апробации данной методики (на примере данных 125 организаций, входящих в концерн «Беллгепром» за 2012-2016 гг.) (табл.2) позволяют сделать важные выводы: 1) для всех предприятий характерно снижение численности работников за указанный период и значительное увеличение расходов на персонал в расчете на 1 сотрудника; 2) доля расходов на персонал в структуре себестоимости продукции выросла во всех отраслях легкой промышленности (за исключением организаций трикотажной отрасли); 3) рентабельность персонала снизилась (за исключением организаций трикотажной отрасли), причем разноплановость ее динамики требует дополнительного исследования; 4) коэффициент эффективности инвестиций в человеческий капитал снизился (за исключением организаций трикотажной отрасли).

Использование данных показателей на уровне отдельных организаций и их мониторинг создает возможность оценить эффективность инвестиций организации в развитие работников, рассчитать окупаемость этих средств, производительность труда и рентабельность персонала. Всё это позволяет повысить обоснованность принимаемых решений при проведении кадровой политики и увеличить эффективность УЧР.

В заключении статьи нужно отметить, что для успешной деятельности белорусских организаций необходимо увязать их бизнес-стратегии со стратегиями УЧР, а это требует осознания необходимости данной работы и ее методического обеспечения. Авторский подход к проведению кадровой диагностики включает использование показателей для оценки эффективности системы УЧР в целом, ее отдельных кадровых процессов, подразделений и работников, и основан на использовании доступных статистических данных, что обеспечивает простоту в использовании методики и одновременно ее информативность.

Список литературы

1. Клемина Т.Н. Управление человеческими ресурсами и результаты деятельности организации: теоретические дебаты и эмпирические исследования // Российский журнал менеджмента. 2008. Том 6. № 3. С. 51–58.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами Изд. 8-е. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 832 с.
3. Зеленова О.И., Просвиркина Е.Ю. Влияние систем управления человеческими ресурсами на финансовые результаты деятельности банков в России // Российский журнал менеджмента. 2017. Том 15. № 4. С. 463–490.
4. Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Ребров А.В. Управление человеческими ресурсами и эффективность компаний: есть ли связь? // Российский журнал менеджмента. 2014. Том 12. № 1. С. 39–68.
5. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник. М.: ИНФРА М, 2010. 695 с.
6. Исследование эффективности систем управления персоналом. Отчет. 2016 // www.pwc/ru/ru/hr-consulting/Saratoga-2016. Дата доступа: 15.02.2018.
7. Фитц-Енц Ж. Как измерить HR-менеджмент. 3-е изд. М.: Изд-во ГИППО, 2009. 359 с.
8. Линге Д. Оценка эффективностиуправления человеческими ресурсами при проведении инноваций в компаниях финансово-банковского сектора: Диссертация канд.экон. наук.М.: МГУ им. М. Ломоносова, 2009.
9. Галешова Е., Ванкевич Е. Кадровая деятельность в организациях Республики Беларусь: оценка рисков и потенциала // DU SZF Socialo Zinatnu Vestnesis. 2015. № 2. С. 61–90.

10. Clarke M.A., Hill S.P. Promoting employee wellbeing and duality service outcomes: The role of HRM practices/ M.A.Clarke, // Journal of Management &Organization 2012. № 18 (5). P. 702–713.
11. Messresmith J.G., Guthrie J.P. High performance work systems in emergent organization: Implications for firm performance // Human Resource Management, 2010. № 49 (2). P. 241–264.
12. Rodrigez, J.M., Ventura J. Human resource management systems and organizational performance: An analysis of the Spanish manufacturing industry // International Journal of Human Resource Management, 2003. № 14 (7). P. 1206–1226.
13. Хьюзелид, М. Влияние практики управления человеческими ресурсами на текучесть кадров, производительность труда и финансовые результаты компании // Российский журнал менеджмента, 2008. № 6 (3). С. 87–128.
14. Bethmann, A. Occupational change and status mobility. The detrimental effects of unemployment and the loss of occupational specific human capital // Journal of Labor market Res. (2013) 46:307-319. DOI 10/1007/s12651-013-0147-9.
15. Методические рекомендации по проведению кадровой диагностики организаций с целью выявления потенциально избыточной численности персонала. Утв. Постановлением Министерства труда и социальной защиты № 181, 2010 год // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.etalonline.by. – Дата доступа: 25.03.2012.

УДК 614:005.915(476)

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
MANAGEMENT BUSINESS - PROCESSES IN HEALTH SYSTEM

Веренич Галина Дмитриевна
Verenich Galina Dmitrievna

Белорусский национальный технический университет, Республика Беларусь, Минск
Belarusian national technical university, Republic of Belarus, Minsk
(e-mail: wgd2601@rambler.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности медицинских услуг и управления бизнес – процессами в системе здравоохранения.

Abstract: Features of medical services and management business – processes in health system were considerated.

Ключевые слова: медицинские услуги, бизнес-процессы в здравоохранении.

Keywords: medical services, business processes in health care.

В настоящее время по мере того, как развивается тенденция разгосударствления, в развитии современной системы здравоохранения появилось такое направление как частное предпринимательство. Это связано с недостаточным бюджетным финансированием данной отрасли и увеличением объемов оказываемых платных медицинских услуг. В связи с этим интересным представляется функционирование лечебно-профилактических учреждений в новых рыночных условиях, порядок управления в бюджетных учреждениях предоставлением платных медицинских услуг, их планированием и маркетингом.

Важным условием обеспечения конкурентоспособности организации является ее постоянное совершенствование с целью повышения способности быстро адаптироваться к динамично изменяющимся условиям в конкурентной окружающей среде. Встает вопрос об организации эффективного управления, которое бы позволило сделать деятельность медицинской организации максимально эффективным.

Эффективная деятельность медицинских организаций в настоящее время зависит от умения управлять не только коллективом, но и бизнес процессами с наименьшими экономическими затратами без потери времени и средств, от способности создавать

благоприятную внутреннюю среду, в которой специалисты получают моральное и материальное удовлетворение от труда, имеют условия для эффективной профессиональной деятельности, а пациенты – комфорт и высокое качество оказываемых услуг.

В этой ситуации важным является исследование вопросов управления бизнес процессами в системе здравоохранения.

Бизнес–процесс – это совокупность взаимосвязанных мероприятий или работ, направленных на создание определённого продукта или услуги для потребителей. Бизнес-процесс начинается со спроса потребителя и заканчивается его удовлетворением.

Вопросы, связанные с управлением бизнес-процессами рассмотрены такими исследователями, как М. Портер, С. И. Бай, В. Паретто, П. Друкер, В. Репин, А. Тищенко. Однако проблема управления бизнес-процессами в системе здравоохранения остается малоисследованной и приоритетной.

Бизнес-процессы в системе здравоохранения имеют свои особенности, связанные со спецификой медицинской услуги как товара и спецификой отрасли в целом. Здравоохранение – это система государственных, социально-экономических и медицинских мероприятий, направленных на предупреждение и лечение заболеваний, сохранение, укрепление и повышение уровня здоровья населения.

Здравоохранение в Республике Беларусь включает: государственную систему здравоохранения; негосударственные организации здравоохранения; другие организации, которые наряду с основной деятельностью также осуществляют медицинскую и фармацевтическую деятельность в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь; индивидуальных предпринимателей, осуществляющих в установленном законодательством Республики Беларусь порядке медицинскую и фармацевтическую деятельность; государственные учреждения, обеспечивающие получение медицинского (фармацевтического) образования и повышение квалификации и переподготовку медицинских (фармацевтических) работников; государственные медицинские (фармацевтические) научные организации; государственные организации, обеспечивающие функционирование здравоохранения (медицинские информационно-аналитические центры, ремонтно-технические организации, транспортные организации).

К организациям здравоохранения можно также отнести организации осуществляющие производство лекарственных препаратов и медицинского оборудования. Все это накладывает свой отпечаток на управление системой здравоохранения и бизнес-процессами, происходящими в ней. Поскольку основным в здравоохранении является оказание медицинских услуг, рассмотрим их специфику.

Среди большого числа определений понятия медицинская услуга наиболее интересным является определение Столярова С.А.: «Медицинская услуга - это какое-либо профессиональное действие, направленное на изменение или сохранение физического или психического здоровья, с целью получения пользы ее потребителем (пациентом) в той или иной форме». Характерными чертами медицинской услуги являются черты, присущие услуге в целом как экономической категории:

это ее неосязаемость, нематериальность услуги (пациент не может заранее предполагать результаты до реального посещения врача);

это ее неотделимость от источника оказания услуги (пациент получает уже другую услугу, если попадает к другому врачу даже родственной специальности);

это ее непостоянство качества (специфика процесса оказания медицинской услуги зависит от того, кто, когда, где и как ее оказывает);

это ее несохраняемость во времени (невозможно разделить процесс оказания и потребления, нельзя заготавливать и складировать медицинские услуги),

это ее индивидуальный характер, неоднородность (результат может быть разнообразным при посещении разными пациентами одного и того же врача даже с одним и тем же диагнозом);

это асимметрия информации при получении медицинских услуг между поставщиком услуг и потребителем (пациент как потребитель медицинских услуг не обладает знаниями, которые позволили бы ему оценить объем и цену приобретаемой услуги. Ему трудно выбрать врача, способного предоставить качественные услуги по более низкой цене, осуществить правильный выбор необходимых услуг. В здравоохранении поставщик услуг, врач, а не потребитель, пациент определяет объем предоставляемых услуг. Врачи, как правило, определяют меру потребностей пациентов и объем необходимых им процедур. Врачи могут преувеличивать объем необходимых услуг, исключать дешевые и заменять их более дорогими);

это риски и неопределенность потребительских ожиданий при получении медицинской услуги (спрос на медицинские услуги во многом носит случайный характер. Каждый человек должен понимать, что существует риск заболевания и, соответственно, возникновения связанных с ним затрат. Размер этих затрат может оказаться весьма значительным, если покупать медицинские услуги в момент появления потребности в них. Чтобы избежать больших единовременных затрат, человек в ситуации неопределенности может прибегнуть к различным формам страхования. Однако наличие медицинского страхования может поощрять людей предъявлять больший спрос на медицинские услуги и вести к увеличению затрат на медицинское обслуживание);

это своеобразие продукта потребления, предполагающее активное участие потребителя в достижении результата (выздоровление пациента не может быть достигнуто, если действия врача не находят поддержки со стороны больного);

это невозможность демонстрации (медицинские услуги сложно визуализировать);

это отсутствие посредников при оказании медицинской услуги (пациент должен непосредственно посетить лечебное учреждение);

это необходимость для оказания медицинских услуг персонала соответствующей квалификации (одни услуги, источником которых является человек, требуют наличия квалифицированных специалистов (врачи, медицинские сестры), другие -- неквалифицированной рабочей силы (санитарки)). Кроме того, непосредственным объектом купли-продажи становятся не конечные результаты деятельности, а условия их достижения – затраты;

это отсутствие непосредственным владением услугой.

Медицинская услуга – это работа, выполняемая на заказ, не приводящая к созданию продукта или товара. Медицинская услуга предполагает отсутствие прямой связи между затратами на лечение и конечным результатом. Все эти особенности следует учитывать при управлении бизнес-процессами в системе здравоохранения.

Государственная система здравоохранения Республики Беларусь основана на соблюдении принципов социальной справедливости и доступности медицинской помощи. Однако, государственные медицинские учреждения оказывают и платные медицинские услуги, а также параллельно существуют коммерческие медицинские центры, что также накладывает свой отпечаток на управление бизнес-процессами в системе здравоохранения.

Любую организацию, в том числе оказывающую медицинские услуги, можно представить в виде процессов, которые выстраиваясь в цепочку и взаимодействуя между собой, позволяют создавать продукт или услугу. Также и управление можно представить как управление процессами или бизнес-процессами. Бизнес-процесс представляет собой совокупность операций, результатом которых является создание определенного продукта или услуги. Процессное управление уже давно известно в менеджменте и по сей день успешно доказывает свою эффективность.

Бизнес-процессы в здравоохранении имеют такие характеристики, как ограниченность во времени, соответствие заявленным срокам по времени, ресурсам, стоимости выполнения, имеют четко определенную цель и выполняются для ее достижения. Бизнес – процессы оказания медицинских услуг уникальны, но их структуру все равно можно выстроить,

используя ряд определенных бизнес-процессов, которые в рамках исполнения того или иного процесса будут отличаться спецификой и информационным наполнением.

Одним из решений проблем, связанным с процессным функционированием в здравоохранении, является внедрение автоматизированных систем управления бизнес-процессами. Такие системы позволят перейти от инструкций и регламентирующих документов к автоматическому исполнению, контролю и своевременному улучшению бизнес-процессов. Они позволят автоматизировать любые уникальные процессы организации. Они позволят формировать актуальную информацию в режиме реального времени и способны легко интегрироваться с другими корпоративными системами учреждений здравоохранения.

Автоматизация бизнес-процессов является инструментом, который позволяет улучшить внутриорганизационное взаимодействие, сократить рутинные операции, своевременно осуществлять мониторинг деятельности и улучшать бизнес-процессы. В результате деятельность организаций отрасли становится прозрачной и адаптивной.

В заключение статьи следует отметить, что автоматизация бизнес-процессов позволит управленцам определить свои процессы, организовать их выполнение, а также оптимально повысить качество, эффективность, настроив каждый процесс таким образом, чтобы его результаты приводили к достижению поставленных целей с помощью технологической гибкости и интеграции.

Список литературы

1. *Аристова Е. В.* Специфические особенности медицинской услуги как экономической категории// Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова,2012. № 2. С. 224-228.
2. *Бай С. И.* Развитие организации: политика, потенциал, эффективность. К. Киев. Нац. Торг.-эк. ун-т, 200. 280 с.
3. *Друкер П. Ф.* Управление, нацеленное на результаты/пер. с англ. М.: Ролгресс, 1992. 199с.
4. *Дубинина В. В.* Управление бизнес-процессами предприятия// Вестник Самарского государственного университета 2015 № 5 (127) с. 39-27.
5. Закон Республики Беларусь «О здравоохранении» от 18.06.1993 № 2435-XII
6. *Столяров С. А.* Рынок медицинских услуг: Некоторые его характеристики, проблему и аспекты управления. Барнаул: Аз Бука, 2005. 269 с.
7. Экономика здравоохранения. / Под общ. ред. А. В. Решетникова. 2-е изд., испр. и доп. М.:ГЕОТАР-Мед, 2004.

УДК 005:33

ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX - НАЧАЛА XXI ВЕКА
APPROACHES TO EFFICIENT MANAGEMENT IN THE DOMESTIC ECONOMY OF THE SECOND HALF OF THE XX CENTURY - BEGINNING OF THE XXI CENTURY

Галкин Евгений Борисович
Galkin Evgeny Borisovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: egal-53@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены основные этапы развития отечественного экономического районирования, дано сравнение эффективности территориального и отраслевого подходов в макроменеджменте, показаны проблемы районирования в начале XXI века.

Abstract: Descried main stages of economy domestic development of zoning, given comparison of the effectiveness of territorial and sectoral approaches in the macro-management, the problems of zoning at the beginning of the XXI century are revealed.

Ключевые слова: экономическое районирование, эффективный менеджмент, государственная деятельность А.Н. Косыгина.

Keywords: economic zoning, effective management, state activities of A.N. Kosygin.

Эффективность менеджмента на макроэкономическом уровне во многом зависит от того, насколько удачно определены объекты управления, в данном случае, территориальные звенья народного хозяйства.

Региональное деление и управление регионами, территориальная организация населения для нашей страны всегда имели особое значение. Это объясняется действием нескольких причин:

Во-первых, величина территории. Наше государство с исторического момента своего возникновения никогда не отличалось малыми размерами, а с середины XVII века и по настоящее время устойчиво занимает первое место по площади среди всех государств планеты.

Во-вторых, разнообразие природной зональности и климатических условий. По этим параметрам, а также по насыщенности минеральными ресурсами наша страна и, шире, Северная Евразия в целом, может быть сопоставима лишь с континентами или с крупнейшими субконтинентами.

В-третьих, многонациональный и многоконфессиональный состав коренного населения, имеющего длительную, сложную и противоречивую традицию собственного этно-цивилизационного развития и взаимодействия с другими народами.

В-четвёртых, сложность административно-территориального устройства. Современная Российская Федерация объединяет 85 образований различного правового положения: 46 областей, 22 республики, 9 краёв, 4 автономных округа, 3 города федерального значения и 1 автономную область.

Наконец, в-пятых, причиной усиленного внимания к региональному делению и его развитию является наличие проблемы выравнивания регионов по степени их социально-экономического развития, преодоления резко выраженного моноцентризма, исторически сложившегося в нашей стране.

Необходимость выделения более или менее крупных регионов для лучшего управления, хозяйственного, социального и культурного развития обозначилась достаточно рано. На это в XVIII веке указывали учёный-энциклопедист Михаил Васильевич Ломоносов (1711 - 1765) и Василий Никитович Татищев (1686 – 1750), один из первых русских историков, географ, организатор производства на Урале. Одновременно происходили административные преобразования. Так, при Петре Великом (1672 – 1725, годы самостоятельного правления 1689 – 1725) в России появилось 8 губерний. При Екатерине Великой (1729 – 1796, годы правления 1762 – 1796) число губерний значительно возросло. При этом, выделенные региональные центры, как правило, сохранили свой статус и по настоящее время…

В 1848 году профессор географии университета в Санкт-Петербурге Константин Иванович Арсеньев (1789 - 1865) *впервые* выделил на территории Российской империи 10 конкретных экономических районов или, как он сам их называл, пространств, основное внимание при этом уделив европейской части страны.

В ходе подготовки к крестьянской реформе Александра Второго (1818 – 1881, годы правления 1855 - 1881) все сельскохозяйственные земли тех регионов России, где действовало крепостное право, были разделены на три крупные географические полосы по их экономической значимости: Черноземную, Нечерноземную, Степную. Освобождение крестьян происходило в каждой полосе по-разному, с учётом региональных особенностей.

В конце XIX - начале XX века географ, выдающийся путешественник и общественный деятель, член Государственного Совета Пётр Петрович Семёнов-Тян-Шанский (1827 – 1914) предложил сформировать 12 экономических областей, опять-таки лишь для европейской России. Выдвигались также и другие идеи и предложения…

Однако широкое практическое развитие идеи районирования получили лишь во 2-й половине XX века.

Ещё в 1957 году, во время масштабных реформ Никиты Сергеевича Хрущёва (1894 – 1971, Председатель Совета Министров Советского Союза в 1958 – 1964) был проведён переход от отраслевого к территориальному принципу управления экономикой нашей страны. В связи с этим были упразднены многие промышленные министерства и образованы советы народного хозяйства (совнархозы). Каждый совнархоз формировался в одном из экономических районов, на ряд которых была разделена вся территория СССР. Количество и состав районов затем менялись, как правило, в сторону укрупнения.

Идея совнархозов исходила из вполне позитивных соображений: усиливалась опора на местные ресурсы, появлялась возможность их лучшего применения; росла оперативность в управлении объектами государственной и связанной с ней кооперативно-колхозной собственности; возникала атмосфере состязательности, направленной на выравнивание регионального развития. Впрочем, реально, в работе совнархозов проявились и минусы, которые, в конечном итоге, перевесили: многие регионы демонстрировали слабость материально-технической и научно-исследовательской базы; они не обладали достаточными финансовыми ресурсами, поступавшими из налоговой системы; постоянно сохранялись сложности во взаимоотношениях с центральными управленческими органами, не склонными делиться ни с кем своими властными полномочиями.

Поэтому, в 1965 году, при Алексее Николаевиче Косыгине (1906 – 1980, Председатель Совета Министров Советского Союза в 1964 – 1980) продолжение деятельности совнархозов было признано нерациональным. Произошёл обратный поворот к отраслевому принципу управления.

Тем не менее, экономическое районирование, которое подтвердило свою практическую целесообразность, было сохранено. Для более полного использования хозяйственного потенциала и создания условий для более эффективного управления при поддержке А.Н. Косыгина в регионах стали создаваться территориально-производственные комплексы (ТПК).

К началу 90-х годов на народнохозяйственном уровне вся территория СССР состояла из следующих частей.

1. Центральный экономический район (важнейшие города – Москва, Смоленск, Тула).
2. Центрально-Черноземный район (Воронеж, Курск, Липецк).
3. Северо-Западный район (Ленинград, Новгород, Мурманск).
4. Волго-Вятский район (Горький, Киров, Саранск).
5. Поволжский район (Волгоград, Куйбышев, Саратов).
6. Северо-Кавказский район (Краснодар, Ростов-на-Дону, Ставрополь).
7. Уральский район (Свердловск, Пермь, Челябинск).
8. Западно-Сибирский район (Кемерово, Новосибирск, Омск).
9. Восточно-Сибирский район (Иркутск, Красноярск, Чита).
10. Дальневосточный район (Владивосток, Хабаровск, Якутск).

Все эти районы составляли Российскую Федерацию, за одним исключением. Территория Украины делилась на три экономических района.

11. Донецко-Приднепровский район (Донецк, Запорожье, Харьков).
12. Юго-Западный район (Киев, Львов, Чернигов).
13. Южный район (Николаев, Одесса, Херсон).

Белоруссия и Казахстан составляли по одной экономической структуре.

14. Белорусский район (Минск, Могилёв, Полоцк).
15. Казахстанский район (Алма-Ата, Караганда, Целиноград).

Далее, выделялись экономические районы, объединявшие несколько союзных республик.

16. Прибалтийский район (Литва, Латвия, Эстония – Вильнюс, Рига и Таллин, соответственно; в состав района входила и Калининградская область РСФСР).

17. Закавказский район (Азербайджан, Армения, Грузия – Баку, Ереван, Тбилиси, соответственно).

18. Среднеазиатский район (Киргизия, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан – Фрунзе, Душанбе, Ашхабад, Ташкент, соответственно).

Наконец, Молдавия (Бендеры, Кишинёв, Тирасполь), единственная из союзных республик развивавшаяся как *аграрно*-индустриальное государство, в состав крупных экономических районов не входила.

В итоге, площадь Советского Союза составляла 22,5 млн. кв. км (что меньше Африки, но больше Южной Америки) с населением 288 млн. чел. Отметим попутно, что площадь США равна 9,3 млн кв. км, а население в тот период составляло 256 млн чел.

В настоящее время на площадь современной РФ приходится примерно 17,1 млн кв. км. Население по оценкам Росстата на январь 2019 года равно около 147 млн. чел.,9 место в мире между Бенгалией и Мексикой. Население США – это около 330 млн. чел., третье место в мире сразу после недосягаемых «миллиардеров» Китая и Индии. Конечно же, произошедшие изменения не могли не сказаться и на положении в экономическом районировании. В теоретическую терминологию и в хозяйственную практику вошло такое понятие, как макроэкономический регион. В РФ их выделяют два: Европейский макрорегион и Азиатский макрорегион. Некоторые авторы предприняли не всегда оправданные попытки переиначить число и состав экономических районов. Это получило отражение не только в исследовательских, но и в целом ряде учебных публикаций.

Изменилась административно-территориальная картина страны. Из 89 субъектов, составлявших РФ в период развала Союза, через несколько лет осталось 83: было ликвидировано 6 автономных округов. Одновременно некоторые области были преобразованы в края. В 2014 году, после резонансного присоединения Крыма и Севастополя, число субъектов РФ вновь увеличилось и достигло 85.

В 2000 году по указу Владимира Владимировича Путина (р. 1952, Президент РФ в 2000 – 2008 и с 2012) были образованы федеральные округа во главе с представителями главы государства. После серии последовательных изменений их число составило 8, а именно, Дальневосточный, Приволжский, Северо-Западный, Северо-Кавказский, Сибирский, Уральский, Южный. Следует отметить, что в целом сложившиеся границы экономических районов и более подвижные границы недавно возникших федеральных округов не совпадают. Например, в феврале 2019 года Министерство экономического развития РФ утвердило стратегический документ, в котором обозначено 12 районов.

Представляется целесообразным:

Во-первых, привести в соответствие территории экономических районов и федеральных округов.

Во-вторых, установить самые их границы таким образом, чтобы они в комплексе отвечали требованиям не только внутриполитических, но и народнохозяйственных соображений.

Это может стать следующим шагом на длительном пути развития отечественного экономического районирования и эффективного народнохозяйственного управления.

Список литературы

1. *Галкин Е.Б.* Экономико-географические факторы развития современной Российской Федерации. – Вестник Гуманитарного института. 1917. № 1.

2. *Коваленко Е.Г.* (ред.). Региональная экономика и управление. – СПб. Питер. 2005.

3. *Лимонов Л.Э.* (ред.). Региональная экономика и пространственное развитие. Т. 1. – М. Юрайт. 2017.

УДК 338.45

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
FOREIGN EXPERIENCE OF RESTRUCTURING INDUSTRIAL ENTERPRISES

Тачмурадов Сапардурды Бяшимович, Генералова Анна Владимировна
Tachmuradov Sapardurdy Byashimovich, Generalova Anna Vladimirovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(fbamgudt@yandex.ru)

Аннотация: в статье рассмотрены практические аспекты реструктуризации промышленных предприятий. Проанализированы факторы, триггеры и причины, по которым осуществляется процесс реструктуризации промышленных компаний. Рассмотрены особенности зарубежного опыта реструктуризации промышленного сектора в Китае, США и Германии.

Abstract: the article discusses the practical aspects of the restructuring of industrial enterprises. The factors, triggers and reasons for the restructuring of industrial companies are analyzed. The features of foreign experience in restructuring the industrial sector in China, the USA and Germany are considered.

Ключевые слова: реструктуризация предприятия, промышленное предприятие, промышленность, промышленный сектор, промышленная продукция.

Keywords: enterprise restructuring, industrial enterprise, industry, industrial sector, industrial products.

Реструктуризация представляет собой процесс комплексного изменения функциональной деятельности предприятия, целью которого является адаптация к изменениям условий внешней и внутренней среды, а также увеличение конкурентоспособности своего бизнеса. Ключевыми словами в данном определении являются внешняя и внутренняя среда, которые имеют немаловажное влияние на деятельность любой коммерческой организации. В зависимости от этого планируется процесс реструктуризации предприятия, включая те изменения, которые произошли или ожидаются в будущем периоде.

На сегодняшний день трудно определиться с ответом на следующий вопрос: какие факторы и триггеры имеют наибольшую роль при влиянии на процесс реструктуризации промышленного предприятия? Анализ факторов позволит определить ключевые триггеры и тенденции, формирующие те самые причины, по которым руководство промышленного предприятия обязано пойти на шаг реструктуризации своей организации.

Так, внешняя среда промышленного предприятия предоставляет следующие факторы, имеющие влияние на процесс реструктуризации:

- технологии, инновации и развитие практической науки, результаты которой используются при формировании новой промышленной продукции предприятий;
- рынки сбыта и поведение потребителей промышленной продукции;
- состояние товарно-сырьевого рынка и ценовой конъюнктуры на материалы для промышленного производства;
- состояние рынка трудовых ресурсов;
- состояние финансовых рынков;
- условия денежно-кредитных продуктов;

- законодательная база, таможенная и бюджетная политика государства, в особенности для тех промышленных предприятий, которые принимают активное участие во внешнеэкономической деятельности;

- позиция регионального рынка и экономики страны на международном рынке промышленной продукции.

Внутренняя среда промышленного предприятия предполагает влияние следующих факторов:

- производственный цикл на предприятии;
- процесс сбыта готовой продукции;
- финансовая политика промышленного предприятия;
- НИОКР;
- инвестиционная политика промышленного предприятия;
- кадровые ресурсы и наличие квалифицированного персонала;
- снабжение сырьем и материалами;
- взаимодействия компании с заинтересованными лицами (стейкхолдерами);
- управленческий аппарат промышленного предприятия.

Немаловажную роль играет именно состояние внешней экономической конъюнктуры рынков и взаимодействия промышленного предприятия с различными заинтересованными лицами, включая собственников бизнеса, менеджеров, персонал, кредиторов, потребителей и других.

При этом, не все факторы внешней среды подвластны влиянию даже крупных промышленных корпораций, а значит, единственный выход в такой ситуации – это адаптация под новые условия, из-за чего в основном и происходит процесс реструктуризации компании.

Если говорить об управлении изменениями внутренней среды, то уровень влияния управленческих решений высокий. В руках руководства промышленного предприятия многочисленные инструменты и модели управления изменениями внутренней среды, результатом которых является улучшение функциональности его деятельности, что приводит к достижению целей при реструктуризации.

Однако, отечественная практика управления реструктуризацией предприятий в промышленном секторе Российской Федерации не всегда успешна и целесообразно обратить внимание на опыт стран с развитой промышленной экономикой. В связи с этим, рассмотрим основные примеры зарубежного опыта реструктуризации промышленных предприятий.

В странах с развитой рыночной экономикой реструктуризация рассматривается и используется как инструмент в ходе естественного и перманентно возникающего рыночного процесса. Западные модели реструктуризации являются отражением изменений рыночной среды и конкуренции. В этих условиях реструктуризация промышленного предприятия, как правило, равнозначна диверсификации, которую проводит компания в условиях сложившихся юридических и правовых норм и правил экономического поведения. В большинстве развитых стран реструктуризация промышленных компаний регламентируется законодательно-нормативной базой, принятой на государственном уровне [1].

Зарубежный опыт реструктуризации промышленных предприятий включает в себя государственные программы и политику, которые нацелены на структурные изменения в рамках промышленности и стимулирования роста производственной активности.

Для России наиболее ценным является опыт реструктуризации промышленного сектора Китая, который занимает лидирующее место в структуре мировой экономики. Так, в рамках государственной программы соблюдались следующие этапы реструктуризации промышленных предприятий [2]:

- дореформенный этап, в рамках которого правительство Китая осуществляло закупку иностранных технологий и научных разработок для местных промышленных предприятий;

- экспериментальный этап, в рамках которого местные промышленные предприятия начали самостоятельно закупать необходимые научные разработки, патенты, лицензии, технологии и инновации;

- этап структурных реформ, в рамках которого правительства Китая формирует бюджетные расходы на систему финансирования научно-технологических разработок, технических парков, бизнес-инкубаторов и т.д.;

- этап роста наукоемкости продукции, в рамках которого происходит приватизация промышленных предприятий и привлекается зарубежное финансирование для формирования НИОКР;

- этап усиления инновационной активности, в рамках которого государство финансирует сферу образования и науки и создает условия внешней среды с целью формирования мировых научных разработок и лидирующих позиций промышленных предприятий Китая.

Если обратиться к прогрессивному опыту других зарубежных стран, то необходимо отметить примеры успешной реструктуризации промышленных предприятий США и Германии, так как в процессе приватизации они смогли привлечь финансирование крупных иностранных инвесторов. К основным факторам эффективного проведения реструктуризации в промышленных отраслях западных странах относятся хорошо развитый фондовый рынок и мощная финансовая поддержка со стороны государства [3].

Анализируя опыт немецкой промышленности, стоит отметить, что процесс приватизации происходил перед реорганизацией, модернизацией и реструктуризацией предприятий.

Успешная реструктуризация промышленности США была осуществлена благодаря размещению акций предприятий на фондовом рынке. После привлечения денежных средств, неликвидные и убыточные производственные активы были распроданы, а те, которые успешно функционировали, привлекали дополнительные финансовые, трудовые и, конечно же, интеллектуальные ресурсы.

Таким образом, зарубежный опыт реструктуризации промышленных предприятий демонстрирует успешную модель, в рамках которой формируется взаимовыгодное сотрудничество между государством и корпоративным сектором. Государство является субъектом стимулирования научной деятельности предприятий, формирует систему образования, технологических парков, бизнес-инкубаторов, акселераторов и т.д. Корпоративный сектор способен привлечь масштабное финансирование промышленных проектов, приведя к действию реструктуризацию промышленных предприятий с целью модернизации активов, применения новых технологий и производства инновационной продукции.

Список литературы

1. *Коломыцева Л.А.* Реструктуризация предприятий: сущность и предпосылки проведения, зарубежный и отечественный опыт. URL: http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2007/01/2007-01-15.pdf (дата обращения 25.02.2019).

2. *Калашникова И.В., Ли Юйсянь.* Опыт Китая в реструктуризации промышленности. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles/2013/TGU_4_96.pdf (дата обращения 25.02.2019).

3. *Рябцев А.В.* Анализ зарубежного опыта реструктуризации предприятий и его использования в российских условиях // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 6. Ч. 4.

УДК 339.137.2

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ
MARKETING ASPECTS OF IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES PRODUCING OIL AND GAS PRODUCTION EQUIPMENT

Гулиев Эльдар Надир оглы
Guliyev Eldar Nadir

Азербайджанский государственный экономический университет (UNEC), Азербайджан, Баку
Azerbaijan State Economic University (UNEC), Azerbaijan, Baku
(e-mail: eldargeorgia1948@mail.ru)

Аннотация: Приведены некоторые специфические черты рынка нефтегазодобывающего оборудования, приводящие к ее олигополизации и монополизации, освещены ряд проблем разгосударствления научно-производственной базы и земельных участков, находящихся в распоряжении единственной в Азербайджане структуры, занимающейся конструированием и производством машин и оборудований для добычи и переработки нефти и газа.

Abstract: Some specific features of the market of oil and gas equipment, leading to its oligopolization and monopolization, highlighted a number of problems of denationalization of the scientific and production base and land at the disposal of the only structure in Azerbaijan engaged in the design and production of technical means for the production and processing of oil and gas.

Ключевые слова: маркетинг, менеджмент, конкурентоспособность, нефтегазодобывающее оборудование, эффективность, ресурсный потенциал.

Keywords: marketing, management, competitiveness, oil and gas equipment, efficiency, resource potential.

Рынок продукции производственно-технического назначения является одним из организационно и научно продвинутых рынков. Этот рынок состоит из рынков весьма разнообразных изделий, четко ориентированных на отрасли национальных экономик. Кроме этого, подобные рынки ограничены количеством и структурой производителей готовой продукции, посреднических организаций и конечных покупателей. Специфична также инфраструктура этого рынка, система его организации и многое другое [2, с.424-442].

В наши дни мировая добыча нефти составляет порядка 3,1-3,3 миллиард тонн, а газа- 2-2,4 триллион кубических метров. Причем, эти символы черного золота добываются почти в 90 странах мира. В России, по последним данным, добычей нефти и газа занимаются в основном «ЛУКОЙЛ», «Роснефть», Сургутнефтегаз», «Газпром», «Газпромнефть», «Татнефть», «Башнефть», «Славнефть и «Русснефть» [8]. Обеспечение производственно-технической базы этих и других структур во всем мире осуществляется в основном через соответствующие специализированные рынки в виде выставок, ярмарок, особо разработанных Интернет-сайтов и магазинов, с использованием отраслевых и фирменных каталогов и т.д.

В столице Азербайджанской республики г. Баку, начиная с 1994-г года стали проводиться международные выставки, посвященные добыче и переработке нефти и природного газа. В 2016 году на подобной выставке своими павильонами были представлены порядка 133 предприятий, организаций и компаний из более, чем 20-ти стран мира, в 2018 году это количество достигло до 142, а количество стран существенно не изменилось. Вот эти страны: Азербайджан, Англия, Беларусь, Германия, Грузия, Израиль, Индия, Иран, Испания, Италия, Малайзия, Объединенные Арабские Эмираты, Польша,

Россия, США, Турция, Канада, Китай, Швейцария, Малайзия, Узбекистан, Украина [7].

Анализ состава участников данных выставок показывает, что в них принимали участие практически одни и те же страны с одними и теми же фирмами и структурами, с идентичным товарным ассортиментом и предложениями. В частности, на подобной выставке 2016 года Россия была представлена 34 компаниями, а Азербайджан - 54 структурами. Эти данные и несколько педантичные исследования раскрывают картину монополистического и олигополистического характера региональных и международных рынков оборудования нефтегазодобывающей сферы и нефтехимической промышленности. Кроме того, нефтегазодобывающая сфера, затрагивая военно - стратегическую и энергетическую безопасность каждой страты и, предвещая высокую прибыльность, давно стала входить в круг прямых интересов высшей политической элиты каждой страны. Последние, используя свои административно- управленческие ресурсы, а также спекулируя объявлением подземных богатств национальным достоянием своей страны, частично или полностью диктуют свои условия структурам, добывающим и перерабатывающим нефть и газ в выборе производителей и поставщиков необходимых механизмов и производственного оборудования.

В Азербайджане, НИИ и предприятия, занимающиеся научными исследованиями, совершенствованием, проектированием и производством технологического оборудования и конструкций для добычи нефти и газа, собраны под крылом одной структуры ОАО «Азернефтехиммаш». Однако, в настоящее время по следующим причинам данное ведомство не способно предлагать конкурентоспособную продукцию и услуги:

1. Состав и структура управленческих кадров и ученых исследовательских подразделений насыщена людьми преклонного возраста и давно не возобновляется молодыми перспективными кадрами.

2. ОАО «Азернефтехиммаш» имеет свой отдел службы маркетинга. Этот отдел не располагает инженерно-техническими специалистами, знающими современную маркетинговую науку и менеджмент, а маркетологи же не владеют инженерно-техническими знаниями в области не только добычи и переработки нефти и природного газа, но и технико - технологических характеристик используемых в данной отрасли машин, механизмов и оборудования. Отсутствие же достаточных профессиональных навыков среди маркетологов и менеджеров отрицательно влияет на качество проведение рыночных исследований и обеспечение производства конкурентоспособной продукции со стороны упомянутого акционерного общества.

3. Машины, механизмы, технологическое оборудование и корпуса действующих производственных структур приведенного акционерного общества за многие годы морально и физически износились и сейчас в большинстве своем не могут производить конкурентоспособную продукцию, отвечающую запросам потенциальных покупателей.

4. Многие предприятия этого ведомства из-за недоброкачественности оборудования, а также нахождения в черте города Баку давно сравнены с землей, а на их месте возведены прибыльные жилые дома и какие- то комплексы. Взамен ликвидированных производств никакие новые заводы нефтегазодобывающего оборудования не строились, а оставшиеся недостаточно технически перевооружались.

Конкурентоспособность нефтегазодобывающего оборудования, как предлагает маркетинг, можно определить путем сопоставления технических и технологических параметров, характеризующих качество продукции различных конкурирующих фирм, на основе проведения специальных лабораторных и полевых испытаний или сравнения показателей экспертных оценок их фактического состояния с идеально оцениваемыми параметрами (таблица 1).

На основе показателей подобной матрицы можно сопоставлять единичные и групповые параметрические показатели (индексы) [4, с.239]. При установке последовательности параметров качества анализируемых изделий надо учитывать основные предпочтения потенциальных заказчиков. Далее нужно, чтобы по первым наиболее важнейшим

показателям продукция вашей фирмы превосходила своих конкурентов или же приблизились к показателям идеальной продукции. По остальным параметрам, возможно, допускать некоторые уступки конкурентам.

Таблица 1. Матрица экспертных оценок параметров качества – конкурентоспособности нефтяных качалок *

Конкуренты / ***Параметры продукции***	***ОАО «Азернефте-химмаш»***	***Воронеж-ский механический завод***	***ФПК «Космос-нефть-газ»***	***Идеальная продукция, которой еще нет***
1. *Производительность*	2	3	1	5
2. *Мощность*	3	2	3	5
3. *Долговечность*	2	1	4	5
4. Ремонтопригодность	1	2	5	5
5. *Эргонолептичность*	3	2	3	5
6. *Безопасность*	3	3	2	5
7. Экологичность	2	1	2	5
Средний бал оценки	2,29	2,0	2,9	5
Итоговая оценка	16,0	14,0	20,0	35

*****Параметры качества и приведенные оценочные цифры условны.*

Продолжая подобные маркетинговые исследования можно выйти на расчет конкурентоспособности той или иной страны или же ее регионов. При этом за основу можно брать эффективность использования их ресурсного потенциала. Заметим, что нет универсального показателя, характеризующего эффективность использования ресурсного потенциала страны или отдельного ее региона. Возможно, этот пробел можно будет устранить, применив следующую формулу 1:

$$\mathrm{E} = \frac{ВВП}{\sqrt{Sb \times V}}\ , \qquad (1)$$

где Е - эффективность использования ресурсного потенциала страны или отдельного ее региона; ВВП - внутренняя валовая продукция страны, полученная в течение одного года; $Sb -$ среднестатистический показатель численности населения той или иной страны или ее региона (тыс. чел); $V -$ показатель площади территории страны или ее региона (тыс. кв.км).

В знаменателе приведенной формулы показатель площади территории страны или ее региона можно брать в двух уровнях: в виде обжитой и общей площади. Тогда, если вычесть из первого значения знаменателя второй ее показатель, то полученная разница покажет зону или предел упущенных для страны или ее региона возможностей в плане территориальной не освоенности (формула 2).

$$\mathrm{Ev} = \frac{ВВП}{\sqrt{Sb \times Vb}} - \frac{ВВП}{\sqrt{Sb \times V\mathrm{o}}}\ , \qquad (2)$$

где Ev - зона или предел упущенных для страны или ее региона возможностей по части эффективности использования ресурсного потенциала; $Sb -$ общий среднестатистический показатель численности населения той или иной страны или ее региона (тыс. чел); Vb – показатель обжитой площади территории страны или ее региона (тыс. кв. км); $V\mathrm{o} -$ показатель общей площади территории страны или ее региона (тыс. кв. км).

На наш взгляд, для повышения эффективности использования материально – технической базы упомянутого акционерного общества следовало бы комплексно решать проблемы, на которые ранее не обращали внимания:

1. Необходимо воспользоваться правами свободного хозяйствования, в том числе, с

учетом коммерческих интересов, свободной загрузки производственных мощностей в условиях насаждаемых рыночных отношений.

2. Следовало бы более основательно изучать рынок не только нефтегазодобывающего оборудования, но и рынки строительной, сельскохозяйственной и бытовой техники, оборудования и инструментов, а также рынки запчастей для автомашин и др., изыскивая возможности их производства в недогруженных мощностях предприятий у себя в стране.

3. Необходимо, как того требует стратегический маркетинг, применять в организации, планировании и управлении научными исследованиями и предприятиями передовые достижения инженерного маркетинга и менеджмента[5, с.175-211]. Именно они дают возможность внедрять комплексную систему бережливого производства на основе сквозного планирования выпуска конечной продукции, начиная с момента проектирования изделий, завершая их доведением до конечных покупателей.

4. Имущество и земельные участки, находящиеся в ведении структур, входящих в состав ОАО «Азернефтехиммаш» являются объектами военно - стратегического характера. Поэтому, проблему приватизации упомянутых объектов необходимо решать, соблюдая государственные интересы.

5. Продукция, выпускаемая в производственных подразделениях ОАО «Азернефтехиммаш» в век интенсификации инновационных разработок в ускоренном темпе морально устаревает. Поэтому, сегодня мало производить изделия, соответствующие международным стандартам İSO, а следует думать об эффективных заменах дорогостоящих и дефицитных материалов более доступными и дешевыми материалами на основе принципов и условий инженерного маркетинга и менеджмента.

6. Используя научно-исследовательскую базу и производственный потенциал, а также раскрывшиеся финансово-экономические возможности страны, необходимо мобилизовать лучшие умы ближнего и дальнего зарубежья на внесение инновационных изменений в технику и технологию изготовления нефтегазодобывающего оборудования, нахождение новых доступных видов энергии и т.д. При этом, следует отказаться от рецидивов так называемой «ковбойской» и «блатной экономики».

7. Предлагаем создать эффективную маркетинговую коммуникационную систему и, используя ее ресурсы, периодически осведомлять потенциальных клиентов о производственных возможностях, о товарном ассортименте, качестве и ценах производимых изделий и услуг, гарантиях, предлагаемых покупателям со стороны ОАО «Азернефтехиммаш».

8. Необходимо совершенствовать систему организации управления ОАО «Азернефтехиммаш», проводить реконструкцию и техническое перевооружение во всех его структурных подразделениях, как того требует стратегический маркетинг [1, с.193-277]. При этом, особое внимание следует обращать укреплению служб маркетинга и менеджмента относительно молодыми перспективными специалистами.

9. Во всем мире с начала первой добычи нефти промышленным способом в технике и технологии бурения скважин нефти и газа серьезных революционных изменений не произошло [6]. Причем, исторически сложилось так, что нефтегазодобывающее оборудование, ныне производимое во многих странах мира, в основном создавались на основе оригинальных разработок азербайджанских и русских ученых. Поэтому, предлагаем в этом деле снова объединять усилия наших ученых и практиков.

10. В перспективе маркетинговой службе ОАО «Азернефтехиммаш» рекомендуем заниматься формированием и созданием эффективных брендов, изучением опыта рыночной деятельности конкурентов, разработкой программы продвижения своих изделий на рынок, налаживанием собственной коммуникационной системы, систематическим возобновлением каталогов реализуемых товаров [3, с.180-319]. В этом плане добрую службу могло бы заслужить создание постоянно действующего музея истории добычи нефти и газа не только в Азербайджане и России, но и во всем мире.

Список литературы

1. *Кревенс Дэвид В.* Стратегический маркетинг. 6-е изд.: Пер. с англ. – М.: – Издательский дом «Вильямс», 2008. – 512с.: ил.
2. Маркетинг в отраслях и серах деятельности: Учебник / Под ред. Ю.В.Морозова, доц. В.Т. Гришиной – 7-еизд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К*о*», 2010.- 448 с.
3. *Моисеева Н.К., Рюмин М.Ю., Слушаенко М.В., Будник А.В.* Брендинг в управлении маркетинговой активностью / Под ред. Проф. Н.К. Моисеевой. – М.: Омега- Л, 2003. – 410 с.
4. *Панкрухин А.П.* Маркетинг : учеб. для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / А.П. Панкрухин. -6-е изд., стер. – М. : Издательство «Омега-Л», 2011. – 655 с.
5. *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический маркетинг. 4-е изд. – СПб: Питер, 2006. – 352 с.
6. http://www.azerbaijan.az/_Economy/_OilStrategy/oilStrategy_02_r.html
7. https://caspianoilgas.az/ru-content/11-2017.html
8. http://www.oilru.com/nr/186/4369/

УДК 338.2

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ БРЕНДОВОГО ПОРТФЕЛЯ КОМПАНИИ
THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF THE BRAND PORTFOLIO OF THE COMPANY

Дружинина Ирина Александровна
Druzhinina Irina Aleksandrovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail irinadrug@mail.ru)

Аннотация: статья посвящена теоретическим и практическим подходам к формированию брендового портфеля компании в индустрии моды

Abstract article is devoted to theoretical and practical approaches to formation of a branded portfolio of the company in the fashion industry

Ключевые слова: стратегический брендовый портфель, архитектура и модели брендового портфеля

Keywords: strategic branded portfolio, architecture and models of a branded portfolio

Тенденция последних лет доказывает, что все больше компаний проявляют интерес к формированию брендового портфеля, т.к. необходимость выхода на новые рынки, привлечение новых групп потребителей, освоение новых продуктов приводит к необходимости создания и позиционированием портфеля брендов компании. Формирование структуры портфеля брендов компании – важнейший компонент создания архитектуры брендов. Данная задача состоит из собственно выбора архитектурного решения, выбора принципа группировки брендов в компании и решения о возможной глубине и ширине расширения бренда.

Формирование портфеля брендов на рынке модной одежды является крайне актуальным. Это связанно с большим возникновением новых брендов и ежегодно возрастающей конкуренции. Важной задачей при формирование портфеля брендов в индустрии моды является достижение синергии и четкой структурированности с целью полного раскрытия потенциала каждого отдельного бренда в портфеле. Конкурентоспособность российских компаний, работающих с индустрии моды, в

значительной степени определяется использованием стратегического бренд-менеджмента - нового для российских предприятий подхода, заключающегося в формировании и развитии брендового портфеля компании, в продвижении и развитии брендов на рынке модной одежды.

Формирование брендового портфеля связано с принятием таких управленческих решений как:

- добавление или ликвидация брендов или суббрендов для определения приоритетов брендового портфеля;

-расширение бренда на иную товарную категорию;

-расширение бренда «вверх» или «вниз» по ценовой шкале;

-формирование альянса брендов;

-ассоциация бренда с новой товарной категорией или субкатегорией;

-формирование технологии, сервиса или программы, которые смогут выделить бренд;

-поиск продукта, стимула или новой технологии, которые будут объединены с целевым брендом и будут дополнять его новыми ассоциациями

На сегодняшний день в экономической литературе можно встретить различные определения понятия «портфель брендов», которые не всегда корреспондируют друг с другом. Демаркации понятий «портфель брендов», «хозяйственный портфель», «продуктовый портфель» представлены в таблице 1.

Таблица 1. - Демаркация понятий «портфель брендов», «хозяйственный портфель», «продуктовый портфель»

Автор, источник	Определение
Котлер Ф. «Основы маркетинга»	Основным орудием сферы стратегического планирования является анализ хозяйственного портфеля фирмы. Речь идет об оценке руководством состояния этого портфеля, т.е. об оценке положения всех входящих в состав фирмы производств. Под «производством» может иметься в виду отделение фирмы, товарный ассортимент, а то и один простой или марочный товар.
Аакер Д. «Создание сильных брендов»	Марочный портфель – это все бренды и суббренды, присоединенные к рыночно ориентированным предложениям продукта, включая совместные бренды с другими фирмами. При этом идентификация всех этих брендов и суббрендов временами является небанальной задачей.
Аакер Д. «Стратегия управления портфелем брендов»	Важнейший элемент управления портфелем брендов заключается в четком определении сферы действия и роли каждого бренда, которую он будет играть в каждом важном для компании контексте Бренды также следует рассматривать как команду работающих вместе игроков, у каждого из которых есть определенная роль, направленная на расширение возможностей и поддержку бизнес-стратегий. Брендовый портфель должен быть таким же гибким и динамичным, чтобы реагировать на динамичные рынки.

Проведенное исследование позволило нам утвердиться в своей позиции и выделить следующее определение категории «портфель брендов компании», которое наиболее полно его характеризует*: «Портфель брендов - это система взаимодействия брендов предприятия, характеризующаяся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного бренда в виде их простой суммы, тем самым создавая синергетический эффект».*

Цель стратегии портфеля брендов - достижение четкости предложений для покупателя и для сотрудников организации. Результат действенного вырабатывания и продвижения брендового портфеля - приобретение нескольких источников синергии. К примеру, применение брендов в различных контекстах обязано усиливать их броскость, формировать и закреплять ассоциации и приводить к росту эффективности затрат (отчасти посредством образования экономии от объема коммуникационных программ). Различие между индивидуальностями

бренда в различных контекстах и ролях может создавать путаницу и размывать брендовый имидж компании.

Формирование и менеджмент брендового портфеля подразумевают принятие управленческих решений, связанных с добавлением и ликвидацией брендов. Это необходимо для определения приоритетов; расширения бренда на иную товарную категорию с дескриптором или суббрендом. Возможно также расширение бренда «вверх» или «вниз» по ценовой шкале; формирование альянса брендов; определение или ассоциация с новой товарной категорией или субкатегорией.

В мировой практике используют два альтернативных подхода к управлению корпоративным портфелем брендов (portfolio management) — азиатская (японская) и западная (евро-американская) модель.

В западной модели, корпоративный бренд имеет второстепенную роль в развитии имиджа, а на первое место выходят самостоятельные товарные бренды, которые принадлежат фирме. Очень часто подобное решение производителей определяется: нежеланием переносить имидж компании на все товарные категории или, напротив, стремление избегать переноса имиджа некоторых брендов на корпоративный бренд. Проблемы в управлении брендами по западной модели определены излишним разветвлением в структуре брендового портфеля. Это затрудняет для покупателей определение сущности любого из суббрендов и отрицательно влияет на их индивидуальности, провоцируя при этом внутреннюю конкуренцию. Управление брендами соответственно принципам западной модели требует значительных затрат на продвижение.

Азиатская модель бренд-менеджмента полагает фокусирование маркетинговой деятельности на корпоративном бренде. Азиатская модель бренд-менеджмента имеет многие преимущества в сравнении с иными подходами к управлению портфелем брендов. Во-первых, сильный корпоративный бренд соединяет весь потенциал «гудвилл», он объединяет работников, сотрудников, акционеров и бизнес-партнеров компании, содействует в установлении крепких долговременных отношений с поставщиками и гарантирует поступления инвестиций в долговременном периоде.

Объективные сложности, которые связаны с применением как западного, так и азиатского подходов к управлению брендами, принуждают фирмы адаптировать традиционные механизмы бренд-менеджмента к особенностям собственных брендов. Вследствие этого в последнее время все большее распространение имеют смешанные формы управления брендами, которые сочетают некоторые элементы обеих моделей. На сегодняшний день нет универсальных моделей управления портфеля брендов, также как нет и однозначных аргументов в пользу выбора того или другого подхода к управлению марочными активами. Определенно можно сделать следующее заключение - чем сложнее структура брендов компании, тем сложнее ее модель бренд-менеджмента.

Потому очень важно при разработке долгосрочной стратегии портфеля брендов, фокусироваться на сбалансированности портфеля и достижении стабильного конкурентного преимущества.

Достижение целей эффективного развития брендового портфеля обусловлено, по мнению Аакера выполнением следующих требований [1, с.103]:

1. Создание эффективных и сильных брэндов.
2. Распределение ресурсов между брендами, входящими в брендовый портфель.
3. Создание синергии.
4. Достижение ясности товарного предложения.
5. Одна из главных целей архитектуры брэнда - создание четкой структуры и целесообразности возможного расширения брендов, входящих в брендовый портфель, в соответствии со стратегией развития компании.
6. Создание платформы для возможного будущего роста.

Как показывает опыт компаний индустрии моды, каждая компания принимает решение о формировании брендового портфеля с учетом индивидуальных особенностей становления и развития брендов и стратегии развития бизнеса. В этой связи очень важным является определение наиболее адекватной модели развития брендового портфеля компании. Для поиска наиболее оптимального для конкретной компании модели развития брендового портфеля целесообразно использовать современные технологии принятия стратегических управленческих

решений. К таким современным технологиям относится метод анализа иерархий (МАИ), который получил широкое распространение в зарубежной и отечественной теории и практике при обосновании и выбора стратегических решений [2].

Первоначальной задачей использования МАИ являлось структуризация проблемы. Для этого осуществляется построение дерева проблемы. представленное в виде иерархии на рисунке, которая включает следующие уровни: формирование проблемы; выявление критериев решения этой проблемы; альтернативы вариантов этих решений. В качестве критериев решения проблемы были выбраны параметры, которые большинство авторов используют для анализа преимуществ и недостатков различных моделей брендового портфеля.

Рисунок. Дерево проблемы применительно к российской компании Melon Fashion Group

Решающим этапом метода анализа иерархий является осуществление синтеза приоритетов, где С1, С2, С3 – вектора приоритетов.

С1 = 0,48*0,07+ 0,48*0,15+0,48*0,54+0,48*0,24 = 0,48 ≈ 48%

С2 = 0,48*0,07+ 0,48*0,15+0,04*0,54+0,04*0,24 = 0,1368 ≈ 14%

С3 = 0,04*0,07+ 0,04+0,15+0,48*0,54+0,48*0,24 = 0,3832 ≈ 38%

С1 – зонтичная модель

С2 – американская модель

С3 – японская модель

Из выше представленных расчетов можно сделать вывод, что применительно к российской компании Melon Fashion Group зонтичная модель построения брендового портфеля является выигрышной, на втором месте японская, а на третьем месте американская модель построения брендового портфеля.

Полученный результат подтверждает тенденцию, которая сложилась в последние годы в развитии брендовых портфелей компаний, работающих на этом рынке, связанной с развитием зонтичных брендов в рамках существующих западной и восточной модели. Это связано с возможностью реализации гибких стратегий развития компаний и возможностью экономичного выхода на новые сегменты рынка с использованием эффекта синергии между брендами, входящими в брендовый портфель.

Список литературы

1. *Аакер Д., Йохимштайлер Э.* Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2013.

2. *Белгородский В.С.,Дружинина И.А., Генералова А.В.* Современные методы стратегического менеджмента – М., -2015 -РИО МГУДТ, 120 с.

УДК 338.2

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕЙТИНГОВЫХ СИСТЕМ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ
THE USE OF RATING SYSTEMS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF RUSSIAN UNIVERSITIES

Дружинина Ирина Александровна, Бушина Анастасия Владимировна
Druzhinina Irina Aleksandrovna, Bushina Anastasia Vladimirovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: irinadrug@mail.ru; bushina-av@mon.gov.ru)

Аннотация: Статья посвящена методике использования рейтинговых систем для разработки мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности российских вузов.

Abstract: The article is devoted to the method of using rating systems for the development of measures aimed at improving the competitiveness of Russian universities.

Ключевые слова: рейтинги вузов, конкурентоспособность вуза, выявление приоритетных направлений, метод анализа иерархий

Keywords: university rankings, university competitiveness, identifying priority areas, hierarchy analysis method

Вопросы повышения конкурентоспособности российских университетов являются наиболее актуальными особенно в условиях глобализации рынка образовательных услуг и выхода российских вузов на международный рынок. В сложившихся условиях вузы не только должны учитывать российскую специфику образования, но и адаптироваться к требованиям зарубежных потребителей. Относительная закрытость российской системы образования не позволяет руководству образовательных организаций адекватно оценить не только место вуза на международном рынке, но и выявить имеющиеся у вуза возможности конкурировать [3, 4, 5].

В сложившихся условиях одним из инструментов оценки вуза, выявления своих конкурентных преимуществ и разработки конкурентных стратегий может стать рейтинговая система оценивания.

Во-первых, применение рейтинговых оценок позволяет ранжировать вузы в зависимости от степени соответствия определенным критериям.

Во-вторых, изучение пороговых значение критериев рейтинговая позволяет выявлять «слабые» места и ставить целевые показатели для развития.

В-третьих, рейтинги вузов являются источником информации для абитуриентов, т.е. речь идет о взаимозависимости: чем выше рейтинг, тем выше спрос на его образовательные услуги. А чем выше спрос на услуги, тем выше рейтинг.

Данные обстоятельства обусловили необходимость изучения возможностей использования рейтинговых систем для повышения конкурентоспособности российских университетов.

Цель исследования заключается в теоретическом обосновании рейтинговых систем в качестве инструмента для повышения конкурентоспособности российских университетов, а также формировании на основе их использования системы приоритетов для обеспечения повышения конкурентоспособности российских университетов [3].

Для определения приоритетов повышения конкурентоспособности университета на основе рейтингов целесообразно использовать метод анализа иерархий (МАИ). Методической основой реализации метода анализа иерархий выступает попарное сравнение экспертами вариантов или альтернатив (в данном случае, приоритетов развития) [1].

Метод анализа иерархий является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть проблемы. Метод состоит в декомпозиции проблемы на все более простые составляющие части и дальнейшей обработке последовательности суждений лица, принимающего решения, по парным сравнениям.

Иерархия проблемы – «Выявления приоритетных направлений повышения конкурентоспособности российских университетов» включает:

1 Уровень - проблема – «Выявление приоритетных направлений повышения конкурентоспособности российских университетов»

2. Уровень – критерии решения проблемы. В качестве критериев были взяты три основные группы показателей в рамках рейтинга вузов России, с учетом принятой в этой рейтинговой системе весомости показателей. К этим критериям относятся:

- условия для получения образовательных услуг и их качества. Данный критерий является наиболее весомым при построении рейтингов вузов и составляет 50%;
- уровень востребованности выпускников вуза, причем, данный критерий оценивают работодатели, имеет весомость 30%;
- уровень научно-исследовательской активности вуза, весовое значение которого составляет 20%.

3. Уровень – наиболее значимые, с точки зрения, повышения эффективности российских вузов, роста их конкурентоспособности и соответственно повышения их рейтинга среди российских и зарубежных университетов. Для выявления таких направлений были проанализированы показатели, по которым проводится оценка эффективности деятельности вузов.

В качестве примера были выбраны фактические показатели мониторинга эффективности РГУ им. А.Н. Косыгина за 2017 год, приведены в таблице 1[2].

Таблица 1 – Показатели мониторинга эффективности РГУ им. А.Н. Косыгина за 2017 г.

№	Наименование показателя	Значение показателя	Пороговое значение	Изменение относительно прошлого года
Е.1	Образовательная деятельность	65,07	64,5	$^{+4,3\%}_{(62,41)}$
Е.2	Научно-исследовательская деятельность	178,4	136,37	$^{+3,9\%}_{(171,66)}$
Е.3	Международная деятельность	7,2	4,02	$^{+33,3\%}_{(5,4)}$
Е.4	Финансово-экономическая деятельность	3439,3	2139,6	$^{+34,3\%}_{(2560,86)}$
Е.5	Заработная плата ППС	142,43	133	$^{+19,8\%}_{(118,85)}$
Е.6	Трудоустройство	80*	70	—

№	Наименование показателя	Значение показателя	Пороговое значение	Изменение относительно прошлого года
Е.8	Дополнительный показатель	5,83	4,24	$^{+8,0\%}_{(5,4)}$

Как видно из данных таблицы 1, фактические значения показателей эффективности превышают нормативные значения. Однако, более детальный анализ показал, что несмотря на то, что средние по группе показатели выше нормативных, по отдельным позициям уровень частных показателей ниже нормативных или в среднем по группе региональных университетов. Эти показатели, по сути, являются потенциалом роста конкурентоспособности и роста рейтинга вуза.

К числу таких показателей относятся следующие показатели, которые характеризуют направления повышения конкурентоспособности РГУ им. А.Н. Косыгина :

1. Повышение численности студентов, принятых по результатам целевого приема на первый курс на очную форму обучения по программам бакалавриата и специалитета.

2. Повышение числа публикаций, в том числе в электронных, издаваемых образовательной организацией организации, индексируемых в РИНЦ и количества цитирований по ним.

3. Увеличение доходов от НИОКР средств, полученных от использования результатов интеллектуальной деятельности, в т.ч. лицензионных соглашений по полученным грантам.

4. Увеличение численности иностранных студентов (кроме стран СНГ), завершивших освоение образовательных программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры,

5. Техническое оснащение учебного процесса персональными компьютерами и современными машинами и оборудованием

6. Обеспечение трудоустройства выпускников по основным образовательным программам высшего образования.

Таким образом, нами была сформулирована трехуровневая иерархия структуризации проблемы повышения конкурентоспособности российского вуза, на примере РГУ им. А.Н. Косыгина. Аналогичным образом данная проблема может быть сформулирована для любого российского на основе мониторинга его эффективности.

Далее используется иерархический синтез приоритетов. Полученные значения векторов глобальных приоритетов характеризуют значимость выбранных альтернатив решения рассматриваемой проблемы, приведенные в таблице 2.

Таблица 2 – Синтез приоритетов

Направления совершенствования деятельности вуза	Критерий К1 весомость 0,5	Критерий К2 весомость 0,3	Критерий К3 весомость 0,2	Вектор глобального приоритета
1. Повышение численности студентов, принятых по результатам целевого приема на первый курс, Х1	0,1· 0,5 = 0,05	0,45· 0,3 = 0,014	0,07· 0,2 = 0,014	0,078
2. Повышение числа публикаций, Х2	0,3 · 0,5 = 0,15	0,14 · 0,3 = 0,042	0,123· 0,2 = 0,025	0,217
3.Увеличение доходов от НИОКР, Х3	0,2 · 0,5 = 0,1	0,32· 0,3 = 0,1	0,3 · 0,2 = 0,06	0,26
4. Увеличение численности иностранных студентов (кроме стран СНГ), Х4	0,1 · 0,5 = 0,05	0,09 · 0,3 = 0,027	0,08 · 0,2 = 0,016	0,093

5. Техническое оснащение учебного процесса, X5	0,13 · 0,5 = 0,065	0,09 · 0,3 = 0,03	0,07 · 0,2 = 0,014	0,109
6. Обеспечние трудоустройства выпускников, X6	0,2 · 0,5 = 0,1	0,321 · 0,3 = 0,1	0,4 · 0,2 = 0,08	0,28

Как показывают результаты расчета глобальных векторов приоритетов, на первом месте по значимости находится X6 - обеспечение трудоустройства выпускников по основным образовательным программам высшего образования, на втором X3- увеличение доходов от НИОКР средств, полученных от использования результатов интеллектуальной деятельности, в т.ч. лицензионных соглашений по полученным грантам, на третьем –X2 повышение числа публикаций, в том числе в электронных, издаваемых образовательной организацией организации, индексируемых в РИНЦ и количества цитирований по ним, на четвертом месте с существенным уменьшением значимости –X5 техническое оснащение учебного процесса персональными компьютерами и современными машинами и оборудованием, на пятом -X4 увеличение численности иностранных студентов (кроме стран СНГ), завершивших освоение образовательных программ бакалавриата, программ магистратуры, на шестом -X1 повышение численности студентов принятых по результатам целевого приема на первый курс на очную форму обучения по программам бакалавриата.

Согласованность всей иерархии находится перемножением каждого индекса согласованности на приоритет соответствующего критерия и суммированием полученных чисел. Значение индекса согласованности, равное 0,094 свидетельствует о достаточно высоком уровне согласованности полученных результатов.

Результаты применения метода анализа иерархий дают возможность в рамках анализа эффективности деятельности конкретного вуза можно выявить перечень направлений его развития, которые позволят повысить его конкурентоспособность и рейтинг среди отечественных и зарубежных вузов.

Следует отметить, что получаемые оценки будут отражать специфические для каждого вуза особенности организации учебного процесса, состояние материально-технической базы и другие факторы, определяющие его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг. Иными словами, полученные данные по ранжированию ключевых направлений развития вуза также будут отличаться. В этом случае необходимо, чтобы выбор основного направления развития производился на основе учета количественных характеристик, а не субъективных мнений экспертов, что существенным образом повысит объективность получаемых с помощью данной методики результатов.

Список литературы

1. *Белгородский В.С.,Дружинина И.А. ,Генералова А.В.* «Современные методы стратегического менеджмента» М,2015 РИО МГУДТ, 120 с.
2. Рейтинговое агентство RAEX (Эксперт РА) Режим доступа http://raexpert.ru/rankings/vuz/vuz_2017/
3. *Bushina A. V., Druzhinina I.A.* «THEORETICAL ISSUES OF ASSESSING COMPETITIVENESS OF RUSSIAN UNIVERSITIES .стр.10. ISSN 2520-6990 Colloquium-journal №9 (20), 2018 Część 7 (Warszawa, Polska) РИНЦ.
4. Thomson Reuters Web of Knowledge. Хозяин сайта, США. 2010. - Режим доступа: http://www.isiwebofknowledge.com/
5. World Universities Web Ranking // Рейтинг. 2010. – Режим доступа: www.4icu.org

УДК 332.13

МОДЕЛИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ИНФРАСТРУКТУРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КЛАСТЕРА
MODELING BUSINESS PROCESSES INFRASTRUCTURE CLUSTER MEMBERS

Зборина Ирина
Zboryna Iryna

Полесский государственный университет, Беларусь
Polessky State University, Belarus
(e-mail: zborina75@mail.ru)

Аннотация: Инновационный путь развития экономики предполагает поиск и внедрение интеграционных форм взаимодействия промышленных организаций и предпринимательских структур, из которых наиболее эффективным является кластерный подход. На этапе формирования данных интеграционных объединений наиболее острой является проблема самоорганизации бизнес-единиц и механизмов, способствующих их объединению в кластер, что подчеркивает необходимость моделирования данных процессов.

Abstract: The innovative way of development of economy assumes search and introduction of integration forms of interaction of the industrial organizations and business structures from which the cluster approach is the most effective. At the stage of formation of these integration associations, the most acute is the problem of self-organization of business units and mechanisms that contribute to their integration into a cluster, which emphasizes the need for modeling these processes.

Ключевые слова: кластеризация, институциональная кластерная среда, моделирование бизнес – процессов, имитационные модели.

Keywords: clustering, institutional cluster environment, business process modeling, simulation models.

Для большинства стран на современном этапе актуальной становится проблема повышения национальной и региональной конкурентоспособности, решение которой все чаще осуществляется с помощью применения кластерного подхода как одного из эффективных инструментов инновационного развития, способствующего созданию системы взаимодействия государства, бизнеса, науки и образования.

Современный этап развития кластеров в Республики Беларусь начался в 2014 году. В настоящее время идет активное формирование различных инновационных отраслевых кластеров, в том числе с участием учреждений высшего образования. Так, например, объявлено о создании инновационного кластера «Интеллектуальный электротранспорт» с участием Белорусского национального технического университета; в Новополоцке подписано соглашение о создании нефтехимического кластера с участием Полоцкого университета, 9 января 2019 года Белорусский государственный технологический университет, Могилевский государственный университет продовольствия и Витебский государственный технологический университет подписали договор о создании единого республиканского учебно-научно-производственного технологического кластера. По инициативе и под руководством Полесского университета и научно-технологического парка ООО «Технопарк «Полесье» реализуется «Концепция формирования инфраструктуры инновационно-промышленного кластера в области биотехнологий и «зеленой экономики».

Кластеризация — один из универсальных способов объединения отдельных частей в единое целое, широко распространена в природе, обществе, в том числе — в социально-экономической среде. Распознание кластерного феномена и последующая разработка

экономической кластерной концепции привели к тому, что наряду со стихийно образующимися кластерами в региональной экономике появились целенаправленно созданные. Таким образом, в современных региональных экономиках протекают процессы кластерообразования двух типов — стихийные и управляемые. В связи с этим, изучение причин, условий и факторов, обуславливающих кластеризацию региональной экономики, позволит понять какие в ней требуются преобразования для повышения эффективности кластерных проектов.

Оптимизация бизнес-процессов в кластерах основана на применении общих системных и логистических принципов. Однако особенности логистических бизнес-процессов кластера позволяют выделить группу принципов, определяющих специфику процесса оптимизации в кластерных образованиях:

– *принцип информационной обеспеченности,* согласно которому оптимизация бизнес-процессов возможна только в условиях обеспечения координации и формирования единого информационного пространства, способствующего проектированию оптимальных логистических схем, а также контролю их реализации;

– *принцип повышения инновационности,* согласно которому формирование цепей поставок осуществляется с условием привлечения максимально возможного числа инновационных предприятий, экспорта инноваций, усиления производственного потенциала кластера и повышения конкурентоспособности участников цепей поставок и кластерного образования в целом в рамках отрасли и региона;

– *принцип интегративности* определяет необходимость проектирования цепей поставок, обеспечивающих повышение уровня внешней и внутренней интеграции кластера за счет формирования стабильных и долгосрочных взаимосвязей между звеньями логистических цепей;

– *принцип обеспечения стратегического взаимодействия*, согласно которому проектируемые логистические схемы должны обеспечивать расширение долгосрочного экономического сотрудничества между участниками формируемых логистических связей, определяя рост устойчивости логистической системы кластера и снижения влияния изменяющихся факторов внутренней и внешней среды его функционирования;

– *принцип расширения географической локализации,* согласно которому проектируемые цепи поставок должны способствовать привлечению в деятельность кластера новых участников, располагающихся на территории локализации кластера или за его пределами, расширяя его географию и обеспечивая рост кооперационных связей между экономическими субъектами;

– *принцип обеспечения развития логистической инфраструктуры*, применение которого определяет привлечение и развитие деловой активности объектов логистической инфраструктуры, действующих на территории кластера, а также создает возможности образования новых объектов в процессе формирования и функционирования оптимальных логистических схем.

Предложенная классификация принципов позволяет учитывать важные особенности институциональной среды кластерного образования, и лежать в основе моделирования бизнес – процессов сложной кластерной среды.

Для единичного предприятия задача моделирования бизнес-процессов не нова, и существует обширное количество исследований, посвященных ее решению. Однако сегодня все чаще интересует взаимосвязь бизнес-структур. В данных условиях производства возникают вопросы наиболее рационального ресурсного обмена между предприятиями, заключающегося в регулировании оптимального соотношения затрат, объема выпуска продукции в соответствии со спросом покупателей для каждого участника бизнес-объединения. При этом в становлении и развитии кластера наряду с бизнесом могут участвовать также и прочие заинтересованные стороны в лице местной и центральной власти, профессиональных объединений, научно-образовательных и кредитных организаций и т.д. В данном случае увеличение заинтересованных сторон усложняет задачу

моделирования бизнес-процессов кластера. В этой связи моделирование процессов взаимодействия участников кластера становится важной и актуальной научной проблемой.

Вопросы моделирования закономерностей развития региональных кластерных структур весьма актуальны для стран, применяющих кластерный подход. Это обусловлено потребностью в повышении эффективности управления формированием и развитием кластеров с учетом целей и задач региональной экономической политики. При этом, несмотря на высокую разработанность кластерной проблематики в научной литературе, закономерности стихийного возникновения и развития региональных кластеров остаются слабоизученными. Вследствие этого не удается в полной мере учитывать их в проектах целенаправленного формирования и поддержки развития кластерных структур.

Анализ научной литературы по изучаемому вопросу показал, что авторами предпринимались попытки моделирования сущностных аспектов кластеров, процессов их формирования, самоорганизации, внутрикластерного взаимодействия, механизмов функционирования кластеров, системы внутрикластерных целей, жизненного цикла, вопросов распада кластерных структур.

Можно утверждать, что процесс кластерообразования протекает следующим образом. На первом этапе происходит формирование ядра кластера из производителей, имеющих сходные характеристики деятельности, например, производственные технологии, издержки, потребляемые ресурсы, уровень инновативности и т. д. Затем в протокластере усиливаются информационные и ресурсные потоки, что привлекает к ядру кластера поставщиков ресурсов и потребителей. В результате образуется сетевая структура, обеспечивающая коммуникационный, ресурсный и продуктовый обмен. В связи с этим, моделирование процессов взаимодействия агентов в кластере с учетом их типов и групп, условий среды, а также результатов протекания процессов кластерообразования, включая синергетический эффект, должно проходить с учетом этих особенностей.

Чаще всего в имитационных моделях применялись сети Петри, двумерное статистическое распределение, тест на отклонение остатков Морана, одно- и двумерная геометрия, агентное моделирование, недетерминированная модель, модель Лотки — Вольтерра, теория игр, теория сетей. Анализ показал, что закономерности и этапы процессов кластерообразования в региональной экономике пока остаются недостаточно изученными, в недостаточной степени разработан математический аппарат для расчета основных показателей кластеров, обусловливаемых поведением их участников.

При этом, изучение экспериментов позволило выявить следующие закономерности протекания процессов кластерообразования:

1. С усилением интенсивности процессов кластерообразования во времени происходит выравнивание показателей общей привлекательности выпускаемой кластером продукции, продукция со временем становится менее дифференцированной и более однородной. Данный факт частично обусловлен усилением связанности участников кластера, формированием более четкой структуры, что способствует активизации внутрисистемных процессов и усилению синергии.

2. Повышение уровня однородности выпускаемой кластером продукции формирует определенный тип покупателей, постепенно повышая их однородность по потребительскому поведению. Формирование кластера, таким образом, способствует развитию серийного и массового производства. Производители, ориентированные на уникального потребителя и выпускающие высокодифференцированный товар, либо выходят из кластера, либо погибают из-за снижения прибыли.

3. Для процессов кластерообразования характерны этапы спокойного функционирования, когда колеблемость основных показателей кластера невысока. Смена этапов кластерообразования сопровождается возникновением точек бифуркаций, в которых происходит резкая смена значений основных показателей кластерообразования, за которой следует либо спокойная фаза, либо следующая точка бифуркации. Данные результаты свидетельствуют о нестабильности внутикластерных процессов, из чего, в свою очередь,

можно сделать вывод о том, что переход от этапа к этапу кластерообразования сопровождается ростом энтропии, что повышает уровень неопределенности и требует особых подходов к разработке управленческих решений.

Итак, задача моделирования процессов стихийного кластерообразования в региональной экономике ставится для получения более полной и достоверной информации о необходимых и достаточных условиях их протекания. Закономерности стихийного образования региональных кластерных структур распространяются и на целенаправленно создаваемые кластеры, так как они являются частным случаем феномена экономической кластеризации.

Список литературы

1. Проект по развитию кластеров стартовал в Беларуси // 24.09.2018. Режим доступа: https://www.belta.by/economics/view/proekt-po-razvitiju-klasterov-startoval-v-belarusi-318990-2018/.
2. *Г.Д. Боуш, О.М. Куликова, И.К. Шелков.* Агентное моделирование процессов кластерообразования в региональных экономических системах // Экономика региона. — 2016. — Т. 12, Вып. 1. — С. 64-77.
3. *Ю.В. Джавадова*. Факторы и принципы оптимизации логистических бизнес-процессов кластеров строительной индустрии // Российское предпринимательство. – 2013. - № 7 (229) – С. 33-40.
4. *С.В. Ратнер, М.М. Акинина*. Выбор параметров оптимального управленческого воздействия на региональный нефтегазовый кластер на основе имитационного моделирования // Региональная экономика: теория и практика – 2011. - №20 – С. 2 – 11
5. *Алешин А. В.* Модельно-аналитическая поддержка процесса формирования региональных кластеров // Экономика и предпринимательство. — 2013. — No 4 (33). — С. 101–106.
6. *Татаркин А. И.* Саморазвитие территориальных социально-экономических систем как потребность федеративного обустройства России // Экономика региона. — 2013. — No 4. — С. 9–26.
7. *Дроздова Н. В.* Особенности моделирования процесса формирования кластеров с использованием аппарата сетей Петри // Актуальные проблемы экономики и права. — 2011. — No 3. — С. 98–102.

УДК 338.24

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ: ВИДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ
CLIENT FOCUS: TYPES AND METHODS OF EVALUATION

Иващенко Наталия Сергеевна
Ivashchenko Natalya Sergeevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: suncycle@mail.ru)

Аннотация: в статье рассмотрены различные трактовки понятия клиентоориентированости, отмечен ее многогранный характер, предложена классификация видов клиентоориентированности, учитывающая существующие виды и дополненная новыми классификационными признаками, приведен обзор способов оценки клиентоориентированности.

Abstract: in the article different interpretations of the concept of client focus are considered, its multifaceted nature is marked, the classification of types of customer focus taking into account the existing species and supplemented with new classification characteristics is offered, the

overview of ways to assess customer focus is provided.

Ключевые слова: клиентоориентированность, классификация видов, способы оценки.

Keywords: client focus, classification of types, ways to assess.

С переходом на рыночную экономику российских предприятий вопросы клиентоориентированности стали занимать значительное место как в научных, так и в публицистических трудах отечественных ученых и предпринимателей. Это связано с тем, что в соответствии с маркетинговой философией бизнеса клиентоориентированность является одной из первостепенных задач как фактор, способствующий росту потребительской лояльности, а, следовательно, обеспечивающий высокие экономические результаты деятельности.

Клиенториентированность организации формируется путем определенных трансформаций в сознании работников. Это происходит не сразу, зато если этого удается добиться, то этот фактор начинает работать как постоянно повышающий и укрепляющий, аккумулирующий лояльность потребителей. Поэтому данный фактор следует отнести к факторам устойчивого развития организации, являющимся ее стратегическим ресурсом.

При существующем сегодня у многих руководителей предприятий и организаций понимании важности данного рода ресурсов, задача науки – обеспечить менеджмент необходимыми методами и инструментами управления ими.

Вопросам клиенториентированности посвящены работы таких зарубежных авторов, как Б.Д. Джаворский, П. Друккер, А.К. Коли, Ф. Котлер, Д. Кэллоуэй, К. Керри, Д. Митчелл, Д. Пепперс, Д.С. Нарвер, С.Ф. Слэйтер, и др., а также отечественных ученых: А.В. Барышевой, В.В. Бусаркиной, С. Зверева, М. Кларина, В. Лошкова, И. Манна, А. Нефедова, О.В. Гулаковой, В.А. Ребязиной, А.Г. Рожкова, Б. Рыжковского, А.А. Русановой, Е.А. Семерниковой, М.Н. Шавровской, К. Харского. Однако, несмотря на большое внимание к вопросам клиентоориентированности в конце 20 и начале 21 веков (первые упоминания – 50-е годы, активные публикации – 90-е годы, начало 21 века), исследования в данной области продолжают оставаться весьма актуальными в силу нерешенности многих вопросов теоретического и методологического характера.

Так, например, ниже в таблице 1 представлены определения ряда авторов понятия «клиентоориентированность», которые свидетельствуют о различных подходах авторов к толкованию данного понятия.

Таблица 1. Определения сущности понятия «клиентоориентированность»[1]

№	Автор	Определение понятия
1.	Saxe, Weitz, 1982	Помощь клиентам в совершении таких покупок, которые удовлетворят их потребности
2.	И. Манн	Инициация положительных эмоций и восторга у потенциальных и существующих клиентов, что ведет к выбору товаров и услуг вашей компании среди множества конкурентов, к повторным покупкам и получению новых клиентов за счет рекомендаций существующих клиентов
3.	Дж. К. Нарвер, С.Ф. Слейтер	Понимание целевых покупателей, удовлетворение их потребностей, полное понимание их цепочки создания ценности и ее развития в будущем, понимание нужд не только собственных клиентов, но и всех членов распределительного канала
4.	В.В. Бусаркина	Высочайшее значение ориентации предприятия на максимальное удовлетворение клиента
5.	А.А. Русанова	Процесс, направленный на увеличение жизненного цикла взаимодействия компании с клиентом
6.	Б. Рыжковский	Инструмент управления взаимоотношениями с клиентами, нацеленный

[1] Составлено по источникам [1,2]

		на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде и базирующийся на трех критериях: ключевая компетенция, целевые клиенты и равенство позиций
7.	Ruekert, 1992	Способность собирать и использовать информацию от клиентов, разрабатывать стратегию, отвечающую потребностям клиентов, реализовывать эту стратегию, реагируя на нужды и потребности клиентов.
8.	Р. Дешпндэ, Дж. У. Фарлей, Ф.Е. Вебстер	Часть корпоративной культуры, набор убеждений, ставящий интересы клиента на первое место перед интересами менеджеров, акционеров, работников путем постоянной оценки их нужд. Фокус не только на понимании потребностей существующих и потенциальных клиентов, но также на понимании их ценностей и убеждений Набор межфункциональных процессов и действий, направленных на привлечение и удовлетворение клиентов путем постоянной оценки их нужд.
9.	Ламбен, 2006	Усилия компании по изучению потребностей потребителей, созданию ценности для них и развитию навыков предугадывать новые покупательские проблемы. В этом случае товар или услуга рассматривается с точки зрения того, для кого он предназначен, и определяется как решение некоторой проблемы.
10.	В. Лошков	Способность организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов
11.	Рожков А.Г.	Способность компании достигать своих целей за счет удовлетворения потребностей клиентов.

Анализ представленных определений позволяет сделать как минимум два вывода:

1) клиентоориентированность достаточно многогранная категория, которую можно рассматривать и как процесс, и как инструмент управления, и как часть корпоративной культуры организации с рыночной ориентацией;

2) эволюция в понимании сущности клиентоориентированности шла в направлении от помощи клиентам в приобретении товара, разработки стратегии на основе собранной информации о клиенте до корпоративной ценности как элемента корпоративной культуры и развития прямых отношений с клиентом, т.е. от поведенческого аспекта до стратегического и ценностного.

Эволюция понятия клиентоориентированности:

1980-е годы – помощь клиентам в свершении покупок, повышенное внимание сервису и качеству, адаптация продукта под требования клиента (Saxe, Weitz, Peters, Waterman);

1990-е годы – сбор информации о явных и скрытых потребностях клиентов для разработки стратегических направлений развития организации (Shapiro);

конец 1990-х - начало 2000-х – приоритет интересов клиентов декларируется как корпоративная ценность (Deshpande, Farley, Hennig-Thurau T.).

Многогранность понятия клиенториентированности определяет ее различные виды (табл. 2).

Таблица 2. Классификация видов клиентоориентированности

Классификационный признак	Вид клиентоориенти-рованности	Пояснения
тип клиента	внутренняя	ориентация на сотрудника организации как на внутреннего клиента
	внешняя	ориентация на внешних клиентов, включая всех стейкхолдеров
временной аспект	оперативная	решение конфликтных ситуаций с клиентами по принципу «клиент всегда прав»

	тактическая	выстраивание взаимоотношений с клиентами исходя из утверждения «ваш работодатель - клиент», инициация положительных эмоций у клиентов в повседневной работе
	стратегическая	выстраивание долгосрочных взаимоотношений с клиентами
характер ответа на внешние и внутренние воздействия	устойчивая	независящая от внешних и внутренних воздействий
	неустойчивая	изменяющаяся под воздействием внешний и внутренних факторов
поведенческий аспект	спонтанная	интуитивно-событийная реакция как составляющая интуитивного менеджмента
	регламентиро-ванная	реакция сотрудников определяется стандартами поведения в отношении клиентов
уровень зрелости организации	ориентированная на ресурсы	помощь клиентам в совершении покупок, внимание к сервису и адаптацию продукта к требованиям клиентов
	ориентированная на инвестиции	формирование потребительской лояльности с целью стимулирования повторных покупок
	ориентированная на инновации	поиск направлений стратегического развития бизнеса на основе изучения скрытых потребностей клиентов
глубина уровня развития клиентоориентированности	внутриличностная	проявление личной культуры сотрудника
	демонстрационная	внешнее проявление заинтересованности в понимании нужд и потребностей клиентов
	культурная (организационная)	часть корпоративной культуры организации
тип поведения сотрудника	функциональная	в рамках выполняемых функций
	отношенческая	не только выполнение роли представителя компании, специалиста предоставляемых услуг, но и напарника, способного понять проблему клиента и понять его как личность.
форма ответственности	индивидуальная	персональное выстраивание взаимоотношений с клиентами
	коллективная	удовлетворение потребностей клиента обеспечивается взаимосвязанной группой сотрудников

Следует отметить, что большинство руководителей отечественных организаций сегодня ориентированы в лучшем случае на внешнюю клиентоориентированность, игнорируя или недопонимая важность внутренней клиентоориентированности. В то время как внутренняя клиентоориентированность (отношение к сотруднику как клиенту, приобретающему у организации условия и место работы, приложения своих физических и/или умственных усилий), обеспечивает, в конечном счете, внешнюю клиентоориентированность и как следствие высокие конечные экономические результаты деятельности организации. Так, по результатам исследований Шавровской М.Н. [3,4,5] формированием клиентоориентированности занимаются 90% организаций, оценкой - 80%; внутреннюю клиентоориентированность формируют - 70%, оценивают - 40%.

Сбор информации для проведения оценки клиентоориентированности осуществляется в процессе проведения формальных и неформальных опросов, работы фокус-групп, изучения книг отзывов и предложений, проведения акции «тайный покупатель» и т.д.

Разнообразие видов клиентоориентированности определяет и различные способы ее оценки:

- составление опросников и построение шкал оценок;
- расчет показателей удовлетворенности и лояльности клиентов;
- определение индекса суммарной полезности сотрудника (ITVE - Index Total Value of Employee);
- расчет коэффициента клиентоориентированности как результата многофакторной оценки.

Наиболее распространенным методом оценки клиентоориентированности организации является разработка шкалы факторов, ее определяющих. Авторы чаще всего разрабатывают свои шкалы, ссылаясь на такие базовые шкалы, как MARKOR [Kohli, Jaworski, Kumar, 1993] и MKTOR [Narver, Slater, 1990]. Так, например, 9-факторная шкала Дешпанде, Фарли и Вебстера (1993), шкала MORTN [Deshpande, Farley, 1998], шкала CUSTOR [Hajjat, 2002] были разработаны на основе шкал MKTOR, MARKOR. Многозначность форм проявления ориентации на клиента описывается в этих шкалах рядом утверждений со следующим содержанием: учет потребностей клиентов, влияние конкурентов и внутренняя координация на различных уровнях организации [Narver, Slater, 1990], наличие методов и каналов сбора и обработки информации о клиенте [Kohli, Jaworski, 1993]. Оценка уровня ориентации на клиента проводилась при помощи шкалы Лайкерта в диапазоне от 1 до 7, значение интегрированного показателя определялось путем суммирования полученных оценок. Все измеряемые элементы принимались равнозначными.

Эти и другие шкалы достаточно подробно рассмотрены в работах А.Г. Рожкова, О. В. Гулаковой, В. М. Панина, В. А. Ребязиной, [2,7], где несмотря на отмечаемую валидность рассматриваемых шкал и зависимость экономических результатов компаний от уровня ориентации на клиента, указывается необходимость адаптации этих методик к российскому рынку, который относится к развивающимся рынкам и определяется декларируемой клиентоориентированностью, проактивным подходом к развитию рынка и потребителей, отсутствием процессных составляющих [7]. В числе ограничений в использовании выше названных шкал на практике отмечаются отсутствие использования информации со стороны клиентов, связи с объективными показателями деятельности компании, в том числе финансовыми, а также проблемы концептуального характера применяемого инструментария в контексте современного маркетинга и т.д. [2]. Не умоляя достоинств методик, делается вывод о необходимости комплексного подхода к разработке оценки клиентоориентированности путем совмещения всех их сильных сторон.

Другим направление оценки внешней клиентоориентированности (ориентации на клиента) является оценка ее через показатели удовлетворенности и лояльности клиентов.

Существуют различные методы оценки потребительской лояльности. Это методики Ж.Хофмейра и Б.Райса, социологов Р. Мертона и Р. Кендалла, Ж.Ж. Ламбена, модель SERVLOYAL, Secure Customer Index (CSI) А. Брандта, NPS – метод Ф. Райхельда, Модель RAPID и др. В основе такого подхода к измерению клиентоориентированности лежит утверждение, что чем выше лояльность и удовлетворенность потребителей и клиентов, тем выше клиентоориентированность компании. Такой тезис справедлив для высоко конкурентных, насыщенных рынков, для остальных же является спорным, так как высокая лояльность клиентов может являться результатом не усилий организаций и ее сотрудников, а низкой конкуренции на рынке и дефицита продукции. Кроме того, как уже отмечалось выше, клиентоориентированность − категория весьма многогранная, а, следовательно, вряд ли в комплексе может быть оценена только одним показателем.

Это же касается и предложения использовать для определения уровня клиентоориентированности индекса ITVE – суммарной полезности сотрудника. По каждому критерию, выбранному для оценки пользы сотрудников (например, лояльность, профессионализм, качество обслуживания, участие в жизни компании и т.д.), выставляются баллы (скажем, от 1 до 9) [6].

ITVE-индекс вычисляется по оценочной шкале:

баллы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
оценка	Полная ошибка сотрудника			новичок	Min действия сотрудника для достижения результата			Положительные действия, приносящие доход предприятию		

Данный подход не решает проблему оценки клиентоориентированности в ценностном и стратегическом аспектах. Проведенный обзор существующих видов и способов оценки клиентоориентированности организаций требует продолжения теоретико-методологических и практических исследований в направлении поиска интегративной модели, учитывающей поведенческий, ценностной и стратегический аспекты клиентоориентированности в увязке с количественными результатами деятельности компании.

Список литературы

1. *Семерникова Е.А.* Клиентоориентированность: понятие, критерии // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – № S17. – С. 46–50. – URL: http://e-koncept.ru/2014/14722.htm.
2. *Рожков А.Г.* Формирование и развитие отношений клиентоориентированной компании. Дисс. … канд. экон. наук. – М.: Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики, 2012. С.181. URL: https://www.hse.ru/data/2012/05/31/1225457000/disser_Rozhkov.pdf
3. *Шавровская М.Н.* Результаты анализа формирования и оценки клиентоориентированности персонала в организациях г. Омска // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика . 2011. №2. С.35-40.
4. *Шавровская М.Н.* Клиентоориентированность HR-специалистов: формирование и оценка // Управление развитием персонала. 2016. №4. https://grebennikon.ru/cat-j-25-21-4-1-3.html
5. *Шавровская М.Н.* Эмоциональное лидерство и эмоциональный интеллект в формировании клиентоориентированной культуры организации// Управление корпоративной культурой. 2014. № 4. https://grebennikon.ru/journal-27.html
6. *Харский К.* Оценка полезности сотрудников. Китони, 2013. с.256
7. *Гулакова О.В., Панин В.М., Ребязина В.А.* Оценка клиентоориентированности компании: разработка комплексной шкалы и ее адаптация к условиям российского рынка//Вестник Московского университета, серия Экономика. 2016. № 6. С.87-112
8. Как повысить вовлеченность и лояльность ваших сотрудников https://www.gd.ru/articles/2980-red-kak-povysit-vovlechennost-i-loyalnost-vashih-sotrudnikov-s-pomoshchyu-takogo-podhoda-kak-voznagrajde

УДК 339.138

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТАМИ В СЕКТОРЕ B2B
CUSTOMER MANAGEMENT PROCESS IN THE B2B SECTOR

Исааков Георгий Степанович
Isaakov Georgij Stepanovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: gestis@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены вопросы, касающиеся привлечения внимания клиентов и инициирования переговорного процесса, обеспечения поддержки процесса продажи, развития существующих клиентов, удержания клиентов и повышения их лояльности.

Abstract: Issues related to attracting customers' attention and initiating the negotiation process, ensuring support for the sales process, developing existing customers, retaining customers and increasing their loyalty were considered.

Ключевые слова: клиент, переговорный процесс, контакт, лояльность, продажи.

Keywords: client, negotiation process, contact, loyalty, sales.

Маркетинговая поддержка процесса управления клиентами. В работе с клиентами, как правило, совершается ряд следующих действий:

– Привлечение внимания клиентов и инициирование переговорного процесса

– Обеспечение поддержки процесса продажи

– Развитие существующих клиентов за счет получения большего объема заказа, предложения им дополнительных сервисов или новых продуктов из портфеля компании

– Удержание клиентов и повышение их лояльности

Роль маркетинга в каждом случае очень велика, и огромное значение имеет то, что и как будет делаться на каждом из этих направлений. Безусловно, выбор действий во многом определяется бизнес-стратегией компании и основанной на ней маркетинговой стратегией.

Ниже приведены краткие рекомендации относительно того, чем может помочь маркетолог своим коллегам из отдела продаж на каждом из этих этапов.

Привлечение внимания клиентов и инициация контактов. На данном этапе роль и возможности маркетинга велики как никогда, ведь при грамотной организации возможно, с одной стороны, создать у клиента положительное отношение к компании, что облегчит контакт и процесс переговоров. С другой стороны, можно обеспечить уже не «холодные» продажи, а более «теплые» первичные встречи. Для решения первой задачи, связанной с позиционированием компании, ее эффективным представлением потенциальным клиентам маркетолог может задействовать широкий арсенал коммуникационных инструментов – от размещения имиджевой рекламы до участия в выставках, от директ или телемаркетинга до организации семинаров. Главная задача на этом этапе – обеспечить осведомленность клиентов о компании, узнавание ее потенциальными клиентами, а в идеале – заложить образ, основанный на значимых для компании сообщениях. Ведь когда мы знаем человека, даже если до этого виделись всего один раз и то в достаточно формальной обстановке, то мы все равно быстрее согласимся на контакт, чем с незнакомцем. В случае с компанией такая же история, и именно в силах маркетолога сделать название компании известным на рынке (точнее в той целевой группе, которая компании интересна). И когда ваш коллега из отдела продаж в ответ на свое представление будет слышать «Да, я слышал о вашей компании», это положит начало более конструктивному диалогу с клиентом, нежели реакция в стиле «Какая компания? Никогда не слышал». При этом вопрос продвижения компании, обеспечение знания о ней на целевом рынке, это не только вопрос бюджета, это вопрос точного выбора цели. Для этого нужно сегментировать клиентов и совместно с коллегами из отдела продаж планировать целевые компании, которые хотелось бы привлечь в качестве корпоративных клиентов, а также те каналы и формы коммуникации, которые сработают максимально эффективно. Ведь интересная креативная идея, поданная по правильному каналу коммуникации нужному человеку, сработает намного эффективнее, нежели ежедневное монотонное напоминание (эффективное лишь в плане соотношения результата и затраченных средств).

Вторая задача, которая позволяет перевести клиента из стадии «холодной» в более теплую фазу, связана с тем, что маркетолог может брать на себя функции первого контакта. При этом речь не идет о том, чтобы делать первичные холодные звонки клиенту с попыткой предложить товар или услуг. Речь идет о том, что именно маркетолог может, используя обширный набор коммуникационных средств, обеспечить первичный контакт с клиентом. Для этого также нужно знать целевых клиентов, и для общения суметь придумать такие поводы, которые, с одной стороны, помогут снять «входной барьер», с другой, смогут оставить позитивное впечатление у клиента от общения с вашей компанией. К числу таких

инструментов можно отнести исследования (в рамках которых у клиентов берется экспертное интервью), подготовка статей для журнала, проведение семинаров и т.п. В общем, тут как раз фантазия и профессиональный бэкграунд маркетолога играют большую роль. И если все прошло удачно, то фактически маркетолог открывает дверь в компанию, а кроме того в будущем уже не стоит вопрос о том, сможет ли он получить доступ «к телу» данного клиента.

Поддержка процесса продажи. Это еще один из пунктов, где знания и умения маркетолога, объединенные с профессионализмом сотрудника отдела продаж,могут дать необычайный эффект. Дело в том, что нередки ситуации, когда клиент говорит, что он сейчас не готов сотрудничать по целому ряду причин, но в будущем можно вернуться к данной теме. В этом случае важно не забыть о клиенте, держать его в тонусе, постоянно напоминая о себе. Делать это сотруднику отдела продаж банальным способом – это риск просто надоесть, а значит автоматически поставить под угрозу перспективу сотрудничества. Однако если поводы для общения будут нейтральными, не касающимися напрямую предложения о покупке и не преследующие явной коммерческой выгоды для одной из сторон, то такой контакт будет воспринят более позитивно и даст больший эффект.

Еще один из важных моментов – это во время цикла продаж, который в секторе B2B может составлять от 3 месяцев до 1 года (а иногда и больше), важно также поддерживать контакт от лица компании. Уметь в нужный момент поддержать своего коллегу, посоветовать ему, что и как дополнительно можно сделать для клиента, чтобы склонить его выбор в пользу компании – это очень важный аспект процесса поддержки продаж. Кроме того, нередко маркетолог принимает участие в вопросе определения цены, а также собирает дополнительную информацию о клиенте, конкурентах и возможных сценариях развития ситуации. Подобные данные могут оказать неоценимую помощь специалисту по продажам, ведь зачастую работая в режиме ежедневной коммуникации с массой клиентов можно упустить из виду общую картину, или недооценить степень риска. В практике сотрудничества с коллегами из отдела продаж маркетологу порой приходится не только разрабатывать коммерческие предложения для клиентов, но и ездить на переговоры, помогать убеждать клиента, искать ту аргументацию, которая усилит позиции компании. Это один из наиболее сложных сценариев для маркетолога, но зато возможность не только влиять на результат, но и видеть лицо клиента, собирать ценную информацию о рынке, повышать уровень собственных знаний об отрасли – это бесценная возможность, способствующая росту профессионализма и внутренней репутации.

Развитие существующих клиентов. Развитие существующих клиентов идет двумя путями – через предложение ему дополнительных или новых сервисов, а также путем увеличения собственной доли в объемах заказов клиента. В первом случае мы можем говорить о роли маркетолога в построении системы кросс-продаж в компании. Дело в том, что нередко за разные направления могут отвечать разные люди, и далеко не всегда клиенту предлагается изначально полный ассортимент возможностей компании. Дело не в злом умысле, тут все гораздо сложнее. Во-первых, не всегда человек, ведущий клиента, знает весь ассортимент одинаково хорошо, а это значит, что он будет делать упор на то, что ему ближе и упускать из виду другие позиции (если, конечно, клиент не спросит в лоб). Поэтому маркетолог может и должен содействовать, с одной стороны, обучению менеджера по продажам, снабжать его максимально полными материалами, с другой – создавать дополнительные каналы информирования клиентов о других продуктах и сервисах компании (например, через выпуск корпоративного бюллетеня или через специальные рассылки). Во-вторых, может отсутствовать доверие со стороны менеджеров по продажам к некоторым продуктам или услугам, опасение, что уровень их качества будет ниже ожидаемого клиентом. В этом случае маркетолог должен суметь, с одной стороны, обеспечить механизмы контроля качества и анализ ожиданий клиента, с другой – создать рекомендации по унификации подходов и отслеживать их реализацию на практике. Важно регулярно оценивать уровень удовлетворенности клиентов, чтобы предотвратить случаи снижения

качества услуг и прочие сложности, которые могут быть препятствием для организации постоянный прочных взаимоотношений.

Еще один из аспектов развития клиентов, это увеличение собственной доли в закупках клиента. Для этого важно, с одной стороны, помогать менеджеру по продажам в убеждении клиента, с другой – оценивать возможность получения менее дорогих, но вполне эффективных заказов. Дело в том, что можно искать дорогие заказы, привлекая каждый раз новых клиентов, а можно тому же самому клиенту предложить что-то из другого ценового диапазона – издержки во втором случае будут ниже, что позволит окупить приложенные усилия. К сожалению, менеджеры по продажам, как и все люди, также находятся в плену привычек и стереотипов, избавиться от которых нередко бывает очень сложно. Поэтому иногда такая сторонняя помощь бывает крайне необходима, но чтобы сформировать подобный подход, нужен прочный фундамент доверия, чтобы не возникло конфликта и ощущения вторжения в епархию менеджера по продажам и видимости сомнений в его компетентности.

Удержание клиента и повышение лояльности. Иногда задача может заключаться в том, чтобы сохранить эффективные отношения с клиентом. В бизнесе нередки ситуации, что вчера клиент приносил большую выручку, а сегодня выручка нулевая. Причины могут быть разные – от смены контактного лица до изменения политики компании. Чтобы избежать потери клиента и бизнеса с ним, необходимо регулярно мониторить текущую ситуацию у клиента. Важно осознавать, в какой стадии находятся отношения, какие существуют угрозы. Важно не упустить момент, когда клиент примет решение отказаться от ваших услуг и просто транслирует его вам. Для этого нужно регулярно коммуницировать, отслеживать возможные изменения, и сразу же реагировать на них. Если поменялся специалист в отделе закупок, то необходимо как можно быстрее организовать встречу с его приемником и не полениться затратить время и силы на установление отношений с ним. Тут пригодятся подходы, которые используются на этапе продажи, ведь на самом деле вы должны заново «продать» себя, иначе есть риск, что при первой возможности от вас избавятся.

Еще одной из ситуаций, требующей обязательного участия и реакции маркетолога является конфликт, вызванный относительным повышением уровня неудовлетворенности клиента. Если довести все до крайней точки, то разрыв отношений будет неизбежен. Предотвратить это можно, создав систему мониторинга, с одной стороны (к примеру, в виде опросов удовлетворенности по итогам проекта или определенного временного периода), с другой стороны – нельзя оставаться в стороне от конфликта. Маркетолог должен лично разбираться в ситуации, в предпосылках ее возникновения и давать рекомендации по тем действиям, которые можно предпринять для того, чтобы минимизировать риски. Так, например, в компании, осуществляющей продажи товаров производственного назначения, возникла угроза разрыва отношений с одним из ключевых клиентов, потому что начались постоянные задержки выплат. Градус возмущения возрастал, и все могло бы закончиться печально. Однако совместный с менеджером по продажам анализ ситуации показал, что задержки происходят на уровне бухгалтерии, на установление отношений с которой никто раньше не обращал внимание. Кроме того, выяснилась даже причина – бухгалтер, курирующая оплаты, не получила от руководства компании разрешения поехать в отпуск и начала такой вот «саботаж». Ей отправили сертификат на поход в СПА и все, конфликт был разрешен, платежи стали приходить вовремя и в приоритетном порядке. Так что иногда простые действия могут быть ключом к ситуации, и именно совместными усилиями маркетолога и менеджера по продажам может быть найден наилучший выход из ситуации.

Список литературы

1. *Исааков Г.С.* Стратегии «антикризисного» поведения российских потребителей и стимулирование покупок в современных условиях. Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (Инновации –2016): Сборник материалов Международной научно-технической конференции. 2016. Ч.3. С.196-200.

УДК 339.138

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ОТДЕЛОВ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ В СЕКТОРЕ B2B
PROBLEMS OF RELATIONS OF MARKETING AND SALES DEPARTMENS IN THE B2B SECTOR

Исааков Георгий Степанович
Isaakov Georgij Stepanovich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: gestis@yandex.ru)

Аннотация: Взаимоотношения отделов маркетинга и продаж в сфере B2B много лет развивались в диапазоне скорее конфликта, нежели сотрудничества. Рассмотрены некоторые причины разногласий и способы их устранения для налаживания взаимодействия этих исключительно важных для повышения эффективности любого бизнеса подразделений.

Abstract: Relationships between marketing and sales departments in the B2B sphere have evolved over the years in a range of conflict rather that cooperation. Some reasons for disagreements and ways to eliminate them are discussed in order to foster interaction between these extremely important divisions for improving the efficiency of any business.

Ключевые слова: конфликт, разногласия, проблемы взаимодействия, статус, власть.

Keywords: conflict, disagreements, problems of interaction, status, power.

В треугольнике «Отдел продаж» - «Отдел маркетинга» - «Руководство компании» традиционно существует ряд серьезных проблем, которые влияют не только на качество работы, но и на эффективность бизнеса в целом. Осознание и устранение этих «узких» мест внутри компании будет способствовать развитию бизнеса, повышению продуктивности работы, а также росту числа клиентов, доходности и росту их удовлетворенности. Особенную актуальность эта проблема приобретает в условиях экономического спада и продолжающегося санкционного противостояния.

Одной из сложностей, препятствующих продуктивной совместной работе, является непонимание разными подразделениями друг друга. Традиционно специалисты по продажам мыслят в краткосрочной перспективе, им важно заполучить заказ, принести деньги компании как можно раньше, выполнить свой месячный или квартальный план. А горизонт планирования в действиях маркетологов более далекий, их действия нацелены не только на ежедневные задачи, но и на долгую, стратегическую перспективу. Отсюда возникают противоречия в требованиях: специалисты по продажам требуют отдачи от маркетинговых действий здесь и сейчас, не задумываясь о будущем, а маркетологи нередко осуществляют действия, ориентированные на завтрашний день, и отмахиваясь от запросов своих коллег. Отсюда конфликт и вечное недовольство, постоянная неудовлетворенность действиями друг друга, достигаемыми результатами.

Еще одним из вариантов этого конфликта является ситуация использования различных «языков» для общения. Так специалисты по продажам и руководство компании нередко мыслят в категории денег и полученной выручки, оперируя бизнес-показателями. И измеряют работу маркетолога относительно их вклада в достижение бизнес-результата, бизнес-показателей, нередко привязывая к этому и систему мотивации сотрудников отдела маркетинга. Это вполне справедливое решение, однако, многие маркетологи этим недовольны, потому что не ощущают механизма своего влияния на эти показатели. Они продолжают мыслить маркетинговыми категориями – доля рынка, индекс цитируемости, количество контактов с потенциальными клиентами, количество публикаций и проведенных

мероприятий. Такой подход сильно портит репутацию маркетологов, низводя их до уровня исполнителей, ответственных за рекламу и полиграфию. Это тупиковый путь развития для любой компании, ведь в данном случае функции маркетинга сводятся к примитивному обеспечению компании рекламой, хорошие маркетологи в такую компанию работать не идут, а, значит, компания в целом не использует потенциал и возможности маркетинга в принципе. Маркетолог может и должен брать на себя ответственность за конечный результат работы компании, достижения бизнес-показателей наравне с сотрудниками отдела продаж и ответственность эта должна отражаться, в том числе, и в системе мотивации. А для этого нужно научиться говорить на языке бизнеса, языке продаж, научиться мыслить более «приземленными» финансовыми категориями. Тогда будет возможно осознать взаимосвязь своих действий с конкретными результатами, увидеть свой вклад в доход компании, объяснить это своим коллегам и найти точки соприкосновения. При этом важно не перегнуть палку и не перейти лишь к тактическим, оперативным действиям в угоду достижения сиюминутных целей, совершенно забыв о стратегических целях компании, обеспечении ее стабильного процветания и реализации важных перспективных задач. Как раз именно профессиональному маркетологу под силу сбалансировать стратегические цели и тактические задачи, обеспечить баланс затрат ресурсов на их решение.

Еще одной из зон разногласий в данном треугольнике может быть тема того, что важнее для компании прибыль или выручка, количество клиентов или их качество? Дело в том, что в сфере B2B стоимость сделок очень высока, но при этом затраты на сам продукт, его производство, а также трудозатраты на проекты (особенно если учесть время, затраченное на «обработку» клиента, которое может длиться от 3 месяцев до 1 года) столь высоки, что фактически компания балансирует на грани рентабельности. Поэтому отслеживание нормы прибыли, прибыльности проектов и клиентов – это нередко задача руководства компании и маркетологов, и она может противоречить целям сотрудников отдела продаж, которые хотят привлечь или удержать клиента любой ценой (постоянно идя на предоставление скидок), заключить сделку и получить свои комиссионные. Поэтому разрешение этого конфликта – это очень тонкий и сложный процесс, требующий пристального внимания, учета всех затрат и достаточно открытого диалога с клиентом. Нередко после того, как проводится анализ доходности и выгодности клиентов и проектов (а эту задачу зачастую решают именно маркетологи), может быть принято решение отказаться от ряда клиентов. Это сложный и болезненный процесс, но он необходим компании, ведь в секторе B2B важна прибыль, а не только выручка.

Еще одной дилеммой во взаимоотношениях, с которой сталкиваются маркетологи в компаниях B2B сектора – это борьба за статус и власть внутри организации. Буквально несколько лет назад в сфере B2B общим местом была ситуация, когда департамент продаж – это царь и бог, «священная корова» организации, а все остальные подразделения (к которым относился и маркетинг) – это обслуживающие подразделения. И была такая политика в области маркетинга – сотрудники отдела продаж говорили маркетологам, что им нужно, а те в свою очередь исполняли все прихоти своих коллег. При этом мнение и позиция маркетологов значила немного, их влияние на стратегию компании и даже на маркетинговую стратегию было не очень велико. Это низводило маркетолога до ранга исполнителя, который просто делал то, что говорят, минимально проявляя собственную инициативу. Фактически в компаниях маркетинг отсутствовал и многие его возможности просто не использовались. В последние годы ситуация стала активно меняться и сегодня директор по маркетингу в компании B2B - это полноценной член топ-менеджерской команды и его роль также существенно изменилась. Сегодня профессиональный директор по маркетингу выполняет ряд важных ролей в компании: во-первых, он формирует маркетинговую стратегию, исходя из бизнес-целей организации, во-вторых – он отслеживает ее выполнение и фактически определят, что, когда и как должно быть сделано, в-третьих, он выступает внутренним центром экспертизы в области маркетинга. При этом, однако, он и его сотрудники не являются единственными членами команды, на которых лежит ответственность за всю маркетинговую деятельность. Современные маркетинговые концепции говорят о том, что «маркетинг слишком ответственное дело, чтобы доверить его маркетологам». Все сотрудники компании, и менеджеры по продажам в первую очередь должны выполнять определенные маркетинговые функции, и в своей деятельности они активно

задействованы в реализации маркетинговых активностей (фактически они являются «маркетологами по совместительству»). В связи с этим у директора по маркетингу возникает еще одна задача – обучение и координация работы всех сотрудников, задействованных в маркетинговых активностях. В этой ситуации вопрос борьбы за значимость отпадает, и у всех членов команды возникает понимание того, что они равны и при этом один департамент дополняет другой, и друг без друга им будет невозможно добиться успеха [1, с. 60-64].

Нередко случается (а в ситуации кризиса особенно часто), что запланированные бизнес-показатели не достигнуты и компания не получила необходимой прибыли. В этой ситуации начинается поиск виновного, в отношении которого применяются иногда достаточно суровые меры, начинается перебрасывание ответственности. Департамент продаж утверждает, что виной тому – плохой маркетинг. Со своей стороны, менеджеры по маркетингу говорят, что выполнили весь план по маркетингу, провели все запланированные мероприятия, сделали все хорошо и профессионально. Это специалисты по продажам не смогли клиентам продать продукт или услугу и обеспечить выручку. Подобные дебаты могут продолжаться до бесконечности, в ситуации кризиса они нередко приводят к тому, что начинаются увольнения (при этом в обоих лагерях), а также происходит повальное сокращение маркетингового бюджета. Ведь даже в сытые, тучные времена подобные конфликты возникают нередко и приводят как минимум к ухудшению внутреннего климата в коллективе, а то и к смене игроков [2, с. 125-127].

Как же снизить риск возникновения подобных конфликтов и их разрушительных последствий? Наверное, единственно верный путь в этом случае – это изначальная настроенность на игру в одной команде, принятие единых правил игры, а также обсуждение зон ответственности, возможных вариантов развития событий и реакции на них. В ситуации кризиса роль и значимость маркетолога должна наоборот возрасти, ведь от него будет зависеть в целом будущее компании, ее выживание. В кризисной ситуации (а к ней в любом случае можно отнести тот факт, что запланированные показатели не выполняются) маркетологи должны быть одними из первых, кто отслеживает текущую ситуацию и предлагает превентивные меры. В целом деятельность маркетинга должна быть проактивной и гибкой. Да, план маркетинга должен быть, но хороший маркетолог не должен упускать значимые важные возможности, реагировать на происходящее. Нужно не дожидаться того момента, когда «гром грянет», а самим предлагать новые меры и действия, которые могут помочь коллегам из департамента продаж найти клиентов и заработать столь нужные компании деньги. При этом нужно уметь переходить от масштабных и дорогих маркетинговых проектов, к простым и понятным действиям, которые как раз нацелены на краткосрочный результат. Сейчас, когда времена изменились, маркетологи начали использовать очень простые и дешевые методы, к примеру, директ-маркетинговые рассылки или телемаркетинг, и они, как ни удивительно (для самих же маркетологов) дают быстрые и столь нужные для компании результаты. Поэтому быть проактивным, гибким, готовым на ходу менять «оружие» и искать вместе со своими коллегами из отдела продаж «новые пастбища» – вот то, что требуется от маркетологов, чтобы предупреждать конфликты, связанные с уменьшением выручки и невыполнением плана. Ну и, конечно, для этого нужно быть в курсе самых актуальных данных по продажам, понимать, что, где и почему происходит, уметь держать руку на пульсе событий.

Кстати, конфликт по перебрасыванию ответственности может иметь и другую форму – «перетягивания одеяла», когда в случае успеха каждый будет стараться приписать его себе. Даже в такой, казалось бы очень позитивной, истории может быть множество неприятных последствий – от испорченных отношений до «хлопанья дверью». Предложенные меры по разделению зон ответственности и эффективной организации командной работы помогут избежать этого, и научат всех воспринимать успех в первую очередь как успех команды, и лишь во вторую – как отдельных личностей и каждому воздавать по заслугам (как материально, так и элементарным признанием).

Одним из камней преткновения во взаимодействии подразделений маркетинга и продаж могут оказаться сами клиенты. Дело в том, что во многих компаниях B2B рынка клиенты – это «священные коровы», доступ к которым имеет ограниченный круг лиц (дабы никто ничего не испортил) и коммуникации с которыми очень ограничены. Безусловно, роль специалиста по продажам в истории успеха никто не отрицает, однако бизнес – это командная игра и клиент не является «личной собственностью» сотрудника отдела продаж. Клиент работает не только и не

столько с продавцом, сколько с самой компанией (даже если он пришел, ориентируясь исключительно на личные дружеские отношения с продавцом), ведь оборудование, материалы или услуги ему поставляет не некто господин Иванов, а компания. Об этом важно помнить всем – и специалисту по продажам, и руководству компании и, разумеется, маркетологу. Любой маркетолог обязан знать клиентов компании (особенно ключевых) поименно, а в идеале – и, как говорится, «в лицо». Это важно по ряду причин: во-первых, клиенты – это источник ценной маркетинговой информации, во-вторых – таким образом можно найти области для развития (как увеличить прибыль от клиента, так и получить идею новой услуги или продукта), в-третьих – таким образом можно «застраховать» отношения компании с клиентом. Именно активная самостоятельная кулуарная работа маркетолога по изучению клиентов, их ситуации и потенциала – это первый важный шаг на пути к ним и их сердцам. До того, как вы придете к клиенту, вы должны «почувствовать» его. Это первый кирпичик в здание доверия к вам со стороны сотрудников отдела продаж, то, без чего невозможно будет в дальнейшем получить доступ ко всем клиентам и стать полноценным партнером департамента продаж по клиентской работе. Собственно говоря, главная цель маркетолога – это завоевание доверия к себе как к эксперту, которой может дать полезный совет, в том числе и по клиентской работе. Если вы достигните этой цели, то у вас будет возможность оказывать существенное влияние на процесс работы с клиентами и организовать его маркетинговую поддержку на высоком качественном уровне.

Список литературы

1. *Зотикова О.Н., Исааков Г.С.* Комплекс B2B маркетинга в условиях импортозамещения // Химические волокна. №5, 2017. С. 60-64.

2. *Исааков Г.С.* Маркетинг в условиях экономического спада. Актуальные проблемы и тенденции развития экономики организаций в России: Сборник научных трудов. К 15-летию кафедры аудита и контроллинга МГУДТ. – М.: ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016. С. 125-127.

УДК 338.2

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ЗАКАЗОВ В ЛОГИСТИКЕ
MANAGEMENT OF ORDERING SYSTEM IN LOGISTICS

Каунова Наталья Лаврентьевна
Kaunova Natalya Lavrentievna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации,
Республика Беларусь, Гомель
Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives,
Republic of Belarus, Gomel
(e-mail: natalyakaunova@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые подходы к управлению системой заказов в логистике, направленные на сокращение общего цикла заказа.

Abstract: Some approaches to the management of the ordering system in logistics, aimed at reducing the overall order cycle, are considered.

Ключевые слова: заказ, логистический цикл, управление заказами, полный цикл заказа.

Key words: order, logistic cycle, order management, total order cycle.

Передовые организации розничной торговли успешно применяют в своей деятельности различные логистические концепции, позволяющие им эффективно осуществлять бизнес-процессы, связанные с управлением материальными и информационными потоками. В розничной торговле следует увеличивать не товарные запасы, а свою способность к реакции

быстродействия для сжатия времени логистического цикла, увеличения гибкости и сокращения временной протяженности процесса реализации заказа в логистическом канале. Разрыв во времени между поступлением заказа и его реализацией порождает логистическую проблему: несоответствие фактического состояния управления заказами желаемому его состоянию.

В современных условиях актуализируется проблема сокращения упущенной выгоды организации розничной торговли, связанной с уменьшением времени реагирования на заказ и его исполнение, что требует совершенствования системы управления заказами.

Логистический цикл – интервал времени между оформлением заказа на поставку и доставкой заказанной продукции потребителю [1]. Он включает затраты времени на следующие операции:

• формулировку заказа и его оформление в установленном порядке;

• передачу заказа поставщику;

• выполнение заказа с учетом времени ожидания постановки заказа на выполнение, технологического времени, времени межоперационных простоев и времени комплектации,

• доставку заказа потребителю.

Заказ – это заявка покупателя, в которой содержится перечень товаров, указаны количество, цена и иные сведения, определяющие содержание заказа [2].

Основными параметрами заказа являются: объем (единичный, массовый), частота (разовый, систематический), срок исполнения (минимальный, максимальный, средний), приоритет (высокий, средний, низкий), статус (исполняется, отложен, закончен) [2].

Время выполнения заказа (lead time) также выступает важным параметром заказа и включает в себя продолжительность действий, выполняемых при обработке заказа (табл. 1). А.Н. Стерлигова отмечает, что действия в цикле заказа выполняют как поставщик, так и заказчик [3].

Таблица 1. Операции и исполнители в цикле заказа

Операция	Ответственная структура
Передача заказа поставщику	Отдел логистики (группа управления запасами или отдел закупок)
Прием заказа поставщиком	Поставщик, отдел информационных технологий; бухгалтерия
Производство или подбор заказа поставщиком	
Проверка качества поставщиком	
Подготовка поставщиком заказа к отгрузке	
Отгрузка	
Перевозка	В зависимости от условий поставки поставщик, заказчик или перевозчик, транспортно-экспедиторская компания, логистический оператор
Складирование груза на складах при перегрузке на другие виды транспорта	
Погрузка-разгрузка партии при смене вида транспорта	
Задержки в пути	
Выполнение операций по таможенному оформлению	
Приемка партии заказа	Подразделения заказчика: складское хозяйство; отдел логистики (группа управления запасами); отдел информационных технологий; бухгалтерия
Разгрузка	
Проверка качества партии заказа	
Размещение материального потока на складе	

Управление заказами – синтетическая функция, присущая управлению материальными потоками как на этапе закупок, так и на этапе реализации.

Целью логистики любой компании при обслуживании клиентов является сокращение времени полного цикла заказа.

Полный цикл заказа потребителя имеет разные временные и организационные точки отсчета для потребителей и поставщика. С точки зрения потребителя цикл начинается в

момент передачи заказа поставщику, а с позиции поставщика цикл начинается в момент приема заказа. Это расхождение во времени может быть весьма внушительным, а может быть совершенно незначительным. Задача логистики заключается в поиске такой организации процесса, которая позволяет свести к минимуму эту временную разницу.

Выполнение полного цикла заказа (реализация функции «управление заказами») требует тесного взаимодействия службы логистики с отделами маркетинга, продаж, финансов и бухгалтерии. При управлении заказами нельзя использовать стандартный подход к обеспечению координации выполнения функции, так как очень трудно определить одного ответственного исполнителя (отдела). Здесь более приемлемым вариантом координации является поэтапная согласованность действий специалистов (отделов).

Полный цикл заказа представлен на рисунке 1.

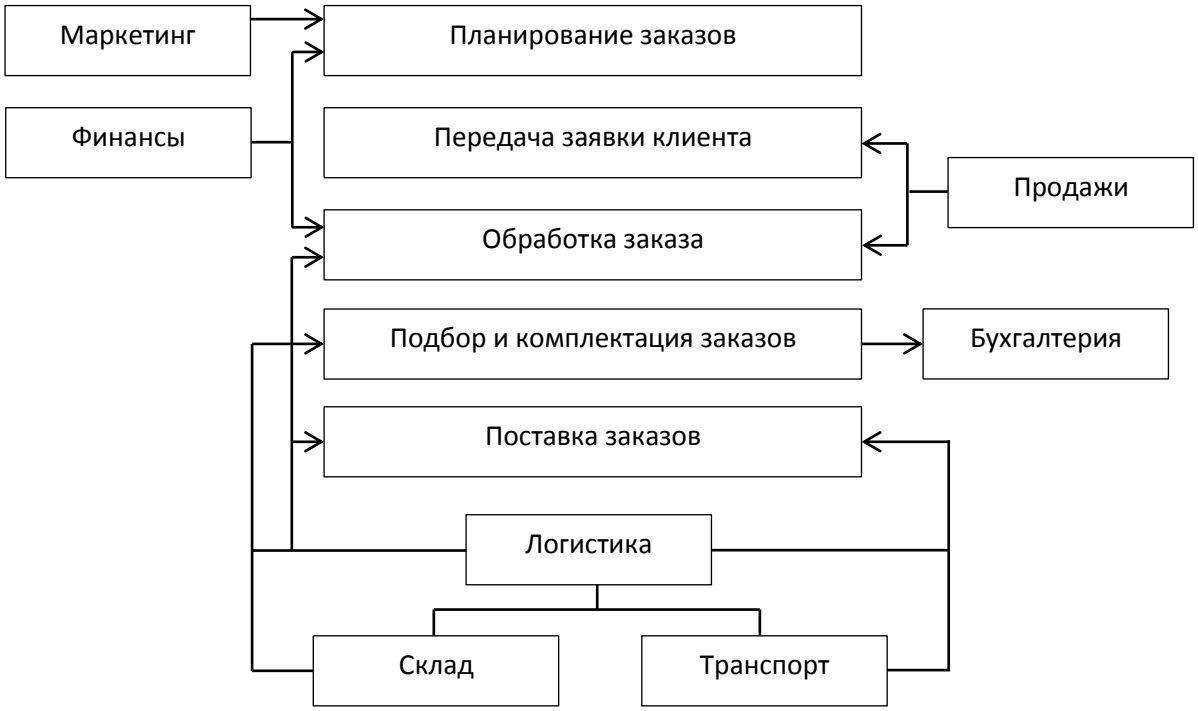


Рис. 1. Содержание полного цикла заказа [3]

Ранее в качестве средств передачи заказов использовали почтовую связь, телефон, радиосвязь, телефакс. В современных условиях актуальным является электронный обмен данными, что позволяет сократить затраты на выполнение заказа, повысить точность его исполнения заказа и тем самым снизить уровень товарных запасов на складе. Электронный обмен данными (EDI) можно определить, как обмен бизнес-документацией между организациями в структурированной форме с машинной обработкой, или просто как непосредственное компьютерное соединение с другим компьютером. Потенциальными выгодами EDI являются:

• сокращение объема бумажной документации;

• повышенная точность благодаря сокращению числа ручных операций;

• повышенная скорость передачи заказов и других данных;

• сокращение издержек на размещение заказа и связанные с этим процессы;

• сокращенный объем канцелярской и административной работы по получению данных, их обработке, отправке и связанных с этим задач;

• повышенная возможность активизации работы сотрудников, поскольку им приходится затрачивать меньше времени на канцелярские работы;

• доступ к информации благодаря высокой скорости подтверждения и рекомендаций по отгрузке;

• снижение рабочей нагрузки и более высокая точность работы других подразделений за счет стыковки EDI с другими электронными системами, такими как ведение запасов при помощи штрих-кодирования и электронный перевод денежных средств (EFT);

• сокращение запасов за счет повышенной точности и снижения общего времени выполнения заказов [4].

Принятые заказы обрабатываются отделом продаж. В процедуре обработки заказов также принимают участие отдел финансов, бухгалтерия и отдел логистики (рисунок 2).

Рис.2. Взаимодействие отделов компании при обработке заказов [3]

После приема заказа осуществляется его обработка. Обработка заказа начинается с проверки полноты и правильности его заполнения. При введении электронного документооборота внутри компании и электронном взаимодействии с клиентами эта процедура осуществляется автоматически.

Сокращение времени исполнения логистической составляющей в управлении заказов приводит к выигрышу в длительности полного цикла и к сокращению затрат. В структуру длительности цикла заказа принято включать четыре составляющих (рисунок 3).

Прием и обработка заказа:

• Прием поступивших заказов в соответствии с графиком их передачи.

• Систематизация заказов в зависимости от времени выполнения.

• Проверка кредитоспособности покупателя, подтверждение наличия кредита.

• Передача заказа-заявки в отдел управления запасами для сверки запасов.

• Корректировка заказа в случае отсутствия товарных запасов.
• Помещение заявки на заказ в базу данных, подготовка документов на подбор заказа.

Комплектация заказа и партии отправки:

• Получение информации на заказ, подготовка отборочных листов и бланков заказа.
• Распределение исполнителей заказа.
• Отбор товара с мест хранения.
• Фиксирование отбора товара.
• Перемещение отобранного товара в зону комплектации.
• Комплектация заказа в соответствии с бланком заказа.
• Выполнение услуг: маркировка, упаковка и т.д.
• Перемещение и передача заказа в экспедицию отправки.
• Упаковка грузовых единиц заказа.
• Формирование партий отправки по клиентам.
• Оформление сопроводительных документов и т.д.

Рис.3. Время полного цикла заказа [3]

Отгрузка и доставка заказов:

• Транспортировка заказа к местам отгрузки.
• Сверка сопроводительных документов.
• Загрузка транспортных средств, закрепление груза.
• Транспортировка заказов в соответствии с маршрутом доставки.
• Разгрузка заказа у клиента, передача заказа и оформление сопроводительных документов и т.д. [5].

Эффективное выполнение логистической составляющей цикла заказа требует от логистики оптимизации всех ресурсов, задействованных в управлении системой заказов. Сокращение времени полного цикла заказа по-прежнему остается самой актуальной задачей логистики, и чем выше конкуренция на рынке, тем более значимо решение этой задачи.

В заключение статьи следует отметить, что управление системой заказов в логистике обеспечивает торговым организациям следующие преимущества:

• однократное высвобождение капитала;
• постоянные преимущества от сокращения издержек на финансирование более короткого цикла;
• более быстрое реагирование, следовательно, более высокий уровень обслуживания;
• повышенную защищенность от нестабильности рынка;
• большую гибкость в удовлетворении конкретных требований клиента.

Список литературы

1. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. ред. проф. Сергеева В.И. М.: Инфра-М, 2005. 976 с.
2. *Мясникова О.В.* Распределительная логистика. Минск: Вышэйшая школа, 2016. 382с.
3. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / Под ред. проф. Сергеева В.И. М.: Эксмо, 2008. 944 с.
4. *Сергеев В.И.* Логистика: Информационные системы и технологии. М.: Альфа-Пресс, 2008. 608 с.
5. *Ковалев К.Ю.* Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. СПБ.: Питер, 2007. 272 с.

УДК 330.3

РЕГУЛИРОВАНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ
REGULATION OF FINANCIAL RISK LEVEL LEASING OPERATIONS IN INDUSTRY

Мальцевич Наталья Викторовна *, Мальцевич Илья Валерьевич **
Maltsevich Natalya *, Maltsevich Ilya Valeryevich **

*****_Институт бизнеса Белорусского государственного университета, Беларусь, Минск_
* Institute of Business of the Belarusian State University, Belarus, Minsk
(e-mail: maltsevich@sbmt.by)
****** _Белорусский государственный аграрный технический университет, Беларусь, Минск_
**Belarusian State Agrarian Technical University, Belarus, Minsk
(e-mail: miv1995@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности управления финансовыми рисками лизинговых операций, изучены направления повышения эффективности принятия решений по управлению финансовыми рисками лизинговых операций.

Abstract: Some features of management of financial risks of leasing operations are considered, directions of increasing the efficiency of decision-making on managing financial risks of leasing operations are studied.

Ключевые слова: финансовые риски, лизинговые операции, риск-менеджмент.

Keywords: financial risks, leasing operations, risk management.

Задачей регулирования уровня рисков лизинговой компании является не только определение оптимального соотношения источников капитала, но и создание условий для сохранения и увеличения финансовой устойчивости предприятия. Анализ финансовых рисков позволил разделить их по объекту возникновения на три основные группы: риски финансовой деятельности лизинговой компании в целом; риски различных видов финансовой деятельности; риски отдельных финансовых операций, осуществляемых лизинговой компанией.

Риски финансовой деятельности предприятия в целом включают в себя комплекс различных финансовых рисков, которые могут возникнуть при осуществлении предприятием финансовой деятельности. Данные риски зависят от организационно-правовой формы предприятия, от структуры его капитала и активов и других факторов [1]. Например, одной из причин возникновения риска снижения финансовой устойчивости лизинговой компании, является несовершенство структуры капитала, в результате которого возникает

несбалансированность положительного (входящего) и отрицательного (исходящего) денежных потоков.

В самом общем виде целью риск – менеджмента лизинговой компании является полное или частичное сохранение организацией своих ресурсов или получение ожидаемого дохода (выгоды) в полном объеме в результате принятого решения, что, в конечном итоге, повысит его финансовую устойчивость.

Очевидно, что принятие той или иной точки зрения на риск-менеджмент во многом определяется этапом развития и стратегическими целями предприятия. Жизненный цикл отрасли практичнее всего рассматривать как последовательность шести этапов жизненных циклов организации: зарождение – бизнес-план создания фирмы; центр кристаллизации – запуск проекта; рост – рост предприятия; насыщение – замедление роста; зрелость – стабильность; упадок – спад, реструктуризация или ликвидация предприятия.

Каждая фаза имеет свою типологию переходов из одного жизненного цикла в другой: качественные переходы (переход в другой бизнес); объективные и субъективные переходы; фазовые переходы с этапа на этап. Каждый этап жизненного цикла имеет свой набор специфических рисков. Если изучить специфику рисковой обстановки в каждой фазе, а также взаимосвязи и барьеры, то можно более сознательно управлять организацией [2].

Как уже отмечалось, конкретные цели риск – менеджмента вытекают из стратегических целей предприятия в зависимости от этапа его развития. На этапе выживания перед риск – менеджментом можно поставить такие цели как: предотвращение неприемлемых потерь; сохранение имущества компании; получение планируемого дохода и т.д. На этапе расцвета возможные цели риск – менеджмента могут выглядеть следующим образом: защита служебной информации; обеспечение промышленной безопасности; снижение стоимости заемного капитала и т.д. На этапе развития цели риск – менеджмента усложняются: защита деловой репутации; повышение кредитного рейтинга; обеспечение роста рыночной стоимости компании и т.д.

Поставленные задачи в системе риск – менеджмента должны отражаться в документах, разрабатываемых на предприятии. Для успешного управления финансовыми рисками лизинговой компании можно рекомендовать разработать и использовать в своей деятельности следующие документы, наименование и содержание которых отражены в таблице 1.

Таблица 1. Основные документы в системе управления финансовыми рисками

Наименование документа	Характеристика документа
Политика управления рисками	Определяет основные положения, на основе которых строится система риск – менеджмента. К этим положениям можно отнести такие, как - осознанность управления рисками, - управляемость рисками, - возможность соотнесения рисков с доходностью, - сопоставимость рисков с имеющимися ресурсами, - экономичность управления, - соответствие управления рисками целям и стратегии компании и др.
Декларация о рисках	Определяет совокупность факторов риска, которые в той или иной степени могут нанести ущерб деятельности компании. В декларации перечисляются возможные факторы риска и возможные последствия (на качественном уровне) от их воздействия.
Положение по управлению рисками	Устанавливает полномочия должностных лиц в системе риск – менеджмента и порядок их взаимодействия.
План мероприятий	Определяет порядок мер по уменьшению степени опасности факторов риска и список ответственных за их реализацию.
Календарный план-график	Определяет временной характер мер по уменьшению рисков.
Служебные инструкции риск – менеджерам	Определяют функции и задачи работников по идентификации, оценке рисков и выбору оптимального варианта развития

Методики по расчету степени опасности факторов риска	Определяют порядок их расчета и основываются на таких инструментах оценки рисков, как методы VaR, ABC- анализа, бета- и альфа- анализа, стресс – тестинг, модели скоринга, корреляционно-регрессионные модели, рейтинговые методы и т.д.
Стандарты, правила и нормативы	Используются в период подготовки мероприятий по уменьшению степени опасности факторов риска.

По истечении заданного периода времени на предприятии может быть подготовлен отчет, в котором подводятся итоги управления рисками. Организация риск – менеджмента лизинговой компании вполне реальна через создание в рамках уже существующей финансовой службы специализированного структурного подразделения (сектора), которое бы осуществляло комплексную работу по выявлению, идентификации и оценке стоимости рисков для последующей разработки конкретных мер по разрешению или снижению степени различных видов риска. Целесообразность выделения отдельного сектора по управлению финансовыми рисками должна подчеркнуть значимость для предприятия этой бизнес единицы, а предоставление ей определённой автономии от других отделов, даст возможность самостоятельно формировать систему внутреннего контроля на предприятии.

Функции такого сектора будут: венчурные и портфельные инвестиции; разработка программы инвестиционной деятельности; сбор, обработка, анализ и хранение информации; оценка степени и стоимости рисков; выработка стратегии управления рисками; разработка условий страхования и перестрахования; ведение соответствующей бухгалтерской, статистической и оперативной отчётности по рисковым вложениям капитала.

В соответствии с комплексным управлением рисками на разных стадиях работы с рисками специалист по управлению финансовыми рисками лизинговой компании должен использовать специфические инструменты риск-менеджмента. Инструменты риск – менеджмента представлены в таблице 2.

Таблица 2. Инструментальная основа комплексного риск – менеджмента

Стадии	Инструменты риск – менеджмента
На стадии анализа риска	– предварительный сбор информации (интервью, опросы), - SWOT – анализ, - анализ чувствительности, - причинно-следственный анализ, - технология идентификации выявленных рисков (по уровню наблюдения; по полям наблюдения и по видам риска), - техника расчёта локального оценивания (дельта – нормальный метод, метод дельта – гамма-вега приближения), - технологии полного оценивания (методы исторических симуляций, стресс-тестинг, Монте-Карло) риска, а также - оценка толерантности риска.
На стадии планирования и регулирования риска	- разработка стратегии, культуры, политики риск-менеджмента, - оценка экономической эффективности, - балансовый метод, - бюджетирование, - контроль (внутренний аудит), - оценка остаточного риска и др.
На стадии предупреждения риска	- восприятие и следование сигналам, - указание способов и работ, -интеграция с существующей информационной системой, - менеджмент системного контроля, - обзор и др.

Качество функционирования системы риск – менеджмента лизинговой компании должно обеспечиваться наличием блока принятия решения, внутренней и внешней обратными связями, непосредственно направленными на снижение степени риска.

Для снижения риска в финансовом управлении лизинговой компании целесообразно использовать ряд организационных инструментов управления риском для воздействия на те или иные стороны деятельности предприятия. Многообразие применяемых на практике методов снижения можно разделить на 4 группы, которые можно применять в лизинговой компании приведем в таблице 3.

Таблица 3. Методы снижения финансового риска

Группа методов снижения риска	Методы снижения риска
Методы уклонения от риска	-отказ от ненадежных партнеров, -отказ от инновационных проектов, -страхование хозяйственной деятельности, -создание региональных или отраслевых структур взаимного страхования и систем перестрахования, -поиск "гарантов".
Методы локализации риска	-выделение "экономически опасных" участков в структурно или финансово самостоятельные подразделения (внутренний венчур), -образование венчурных предприятий, -последовательное разукрупнение предприятия.
Методы диссипации риска	-интеграционное распределение ответственности между партнерами по производству (образование ФПГ, акционерных обществ, обмен акциями и т.п.), -диверсификация видов деятельности, -диверсификация рынков сбыта и зон хозяйствования, (расширение круга партнеров-потребителей), -расширение закупок сырья, материалов пр., -распределение риска по этапам работы (по времени), - диверсификация инвестиционного портфеля предприятия.
Методы компенсации риска	-внедрение стратегического планирования, -прогнозирование внешней экономической обстановки в стране, регионе хозяйствования и т.д., -мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды -создание системы резервов на предприятии, -активный целенаправленный ("агрессивный") маркетинг, -создание союзов, ассоциаций, фондов взаимовыручки и взаимной поддержки и т.п., -лоббирование законопроектов, нейтрализующих или компенсирующих предвидимые факторы риска.

Лизинговые компании все большее внимание должно уделять росту стоимости капитала предприятия, защите стратегических и конкурентных преимуществ на рынке, повышению имиджа, оптимизации инвестиционной деятельности и т.д. Таким образом, управление риском должно быть направлено не только на защиту того, что достигнуто, но и на производство дополнительной прибыли (выгоды). Инвестиционная деятельность должна стать источником новых возможностей, однако она несёт и повышенные риски. Эта деятельность должна стать объектом реализации новых планов предприятия, своего рода бизнес – продуктом [3].

Инвестиционный лизинг является перспективным направлением деятельности для лизинговой компании. Так, возможно развитие инвестиционного лизинга для машиностроительных предприятий. Белорусское машиностроение не утратило сложившейся специализации и развитого потенциала, что позволяет ему в целом успешно конкурировать на традиционных рынках. Так, за девять месяцев 2018 года в машиностроительном комплексе темп роста валовой добавленной стоимости в сопоставимых условиях составил 105,1 процента к соответствующему периоду 2017 года, темп роста производительности труда по валовой добавленной стоимости – 112,5 процента к соответствующему периоду 2017 года. Однако износ

основных средств в машиностроении составляет в среднем 40,9 процента, в том числе активной части – 47,8 процента. Устойчивое развитие машиностроения требует больших удельных затрат по сравнению с другими отраслями промышленности и целевого патронирования со стороны государства, в том числе на основе создания общенациональной системы мониторинга и технологического предвидения как условий определения приоритетов и достижения стратегических перспектив машиностроительной отрасли.

Согласно Государственной программе развития машиностроительного комплекса Республики Беларусь на 2017 – 2020 годы планируется: проведение интенсивной модернизации производств, внедрение новых технологий, позволяющих выпускать экологически чистые виды транспорта и обеспечивающих снижение энерго- и металлоемкости производства (создание гибридных видов транспорта); диверсификация производства и перепрофилирование машиностроительных организаций; создание условий для повышения инвестиционной привлекательности машиностроительных организаций и обеспечения притока частных инвестиций; внедрение современных программно-аппаратных средств подготовки, управления и диспетчеризации производства [4].

Вышеизложенные направления требуют обновления основных средств предприятий, что позволит лизинговым компаниям активно предлагать свои услуги по инвестиционному лизингу. Таким образом, представление управления рисками в виде управленческой технологии упрощает задачу уменьшения степени опасности рисков. Данная технология может быть усовершенствована также в зависимости от специфики предоставляемых лизинговых услуг.

Список литературы

1. *Ивановский С.* Кредит лучше лизинга? Цифры убеждают в обратном // Финансовый директор [Электронный ресурс]. — 2011. — № 03.— Режим доступа: http://www.profmedia.by/pub/fin/art/52894/. – Дата доступа: 30.11.2016.
2. *Балабанов А.И.* Внешнеэкономические связи / А.И. Балабанов. – М.: «Финансы и статистика», 2012. – 356 с.
3. *Гарибов Г.С.* Будущее за лизинговыми компаниями / Г.С. Гарибов. // Механизация строительства. - 2016. – №6. – С. 2–4.
4. Государственная программа развития машиностроительного комплекса Республики Беларусь на 2017 – 2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь 07.08.2017 N 588 [Электронный ресурс] / Министерство промышленности Респ. Бел. – Режим доступа: http://www.minprom.gov.by/govern_progr. – Дата обращения: 19.03.2019.

УДК 658.013

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК АЗЕРБАЙДЖАНА И ЕГО РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕСПУБЛИКИ
AZERBAIJAN CONSUMER MARKET AND ITS ROLE IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC

Мамедов Физули Азиз оглы *, Исмаилов Вугар Агамуса оглы **
Mamedov Fizuli Aziz *, Ismailov Vugar Agamusa **

Азербайджанский Технологический Университет Азербайджан Гянджа
Azerbaijan Technological university Azerbaijan Ganja
(Fizuli.economist@gmail.com)
***Азербайджанский государственный экономический Университет, Азербайджан, Баку*
Azerbaijani State Economical University, Azerbaijan, Baku
(vismayılov@gmail.com)

Аннотация: В работе исходя из новых экономических условий впервые исследуется фундаментальная проблема экономической науки – уточнение роли потребительского рынка в социально-экономическом развитии национальной экономики в условиях формирования

новых экономических отношений. Работе изучается круг актуальных вопросов, связанных с оценкой содержания и сущности потребительского рынка, формированием данного рынка в трансформационных период, проводится анализ различных теоретических подходов к понятию потребительского рынка, осуществляется типология потребительского рынка на основе различных классификационных признаков, производится классификация основных функций потребительского рынка и т.д. В заключении статьи отражаются научные выводы по исследуемой теме.

Abstrakt: In work proceeding from new economic conditions the fundamental problem of economic science – specification of a role of the consumer market in social and economic development of national economy in the conditions of formation of the new economic relations is for the first time investigated. To work the circle of the topical issues connected with value contents and entities of the consumer market, formation of this market in transformational the period is studied, the analysis of various theoretical approaches to a concept of the consumer market is carried out, the typology of the consumer market on the basis of various classification signs is carried out, classification of the main functions of the consumer market, etc. is made.

Ключевые слова: потребительский рынок, регулирование потребительского рынка, классификация потребительского рынка, функции потребительского рынка, региональный рынок.

Keywords: consumer market, regulation of the consumer market, classification of the consumer market, function of the consumer market, regional market.

Из-за продолжающегося долгосрочного глобального экономического кризиса потребительский рынок работает в самых сложных и неблагоприятных условиях. Многие экономисты отмечают, что происходящие процессы носят системный характер. Реформы, проведенные в последние годы в национальных экономиках, привели к увеличению предложения товаров (на рынке появилось изобилие, в основном, за счет импортных товаров), активизируется процесс формирования рынка жилья, страховых, медицинских, образовательных услуг, начали развиваться рыночная экономика, малый бизнес, конкуренция и другие институты.

Следует отметить, что в зависимости от вступления экономики в фазу рецессии наблюдается стагнация промышленного и сельскохозяйственного производства, снижение реальных доходов и уровня жизни населения, а также рост потребительских цен.

Снижение инвестиционной активности, износ основных фондов может привести к техногенному экономическому кризису. Такой кризис может привести к сокращению товарного производства и новой волне рецессии.

Будущие цели и задачи развития народного хозяйства, приоритеты структурной и инвестиционной политики, принципы социально-экономической структуры нашли свое отражение в программах экономического развития и государственных программах развития регионов страны. Однако следует учитывать, что необходимо принять срочные меры для сохранения сбалансированного потребительского спроса и предложения товаров, чтобы нормализовать ситуацию на потребительском рынке.

Прежде чем выявлять роль потребительского рынка в экономике страны, в ее развитии, необходимо четко определить содержание понятия «потребительский рынок».

Идеология рыночной экономики формировалась в течение нескольких столетий. Естественно, что изменения, произошедшие в производительных силах и производственных отношениях, оказали свое влияние на идеологию рыночной экономики. В результате такого влияния произошли изменения в аппарате этого понятия, а также, в содержании понятия рынок и потребительский рынок.

Не случайно, что существуют различные мнения о понятии рынка в контексте его содержания как экономической категории. Однако, несмотря на все это, в их основе лежат операции по купле-продаже. Эти операции осуществляются в рамках формирования и развития рыночных экономических отношений. Необходимо отметить, что темпы и границы

рыночных отношений зависят от того, насколько этот обмен выгоден, полезен и благоприятен для всех участников этих отношений.

В центре всех этих отношений стоит обмен и сам рынок, на котором осуществляются ряд экономических, финансовых и других операций. По характеру функциональных операций, которые осуществляет рынок, как экономическая категория в экономической и хозяйственной практике, существуют различные формы его проявления. Как одну из форм проявления рынка можно показать потребительский рынок. На этой основе, было бы правильным отметить, что существует тесная связь между производством и потреблением, реализуемая через потребительский рынок. Многое в хозяйственной практике зависит от состояния этой связи.

В целом, следует отметить, что нет ничего более естественного, чем серьезное отношение к феномену рынка, его различным формам и типам проявления в странах с развитой рыночной экономикой, в особенности - развитой классической рыночной экономикой.

Региональный потребительский рынок является частью регионального товарного рынка (или рынка благ). Ученые экономисты считают, что региональный потребительский рынок - является основной составной частью современной рыночной экономики. Здесь, часть ВВП материализована в форме производства товаров и услуг, покупается или приобретается другим образом региональными потребителями с целью личного потреблении. [1, с.115].

Деятельность потребительского рынка проявляется в его функциях. Среди функций потребительского рынка можно отметить следующие: регулирующие, стимулирующие, посреднические, контролирующие, формирующие цену, информационные, социальные, экономические и другие.

Регулирующая функция - эта функция служит для установления обратной связи в экономике, для координации объемов производства и потребления в условиях их постоянных изменений.

Стимулирующая функция - является функцией повышения эффективности производства. То есть, эта функция мотивирует производство высококачественной продукции с низкими затратами, на которое существует высокий спрос.

Посредническая функция - потребительский рынок играет посредническую роль между производителями и потребителями материальных благ и услуг.

Контролирующая функция и функция, формирующая цену - контроль показателей качества и количества товарооборота, связан с формированием сбалансированных и устойчивых цен, реализуемых на потребительском рынке.

Информационная функция - предусматривает сбор информации по различным общим и специфическим вопросам. Эта информация связана с дифференциацией спроса на товары и услуги, денежными доходами, структурой ассортиментов товаров и т.д.

Функция экономии - поощряет покупателя сравнивать свои доходы и потребности, а производителя - экономно использовать свои ресурсы.

Необходимо особо отметить социальную функцию потребительского рынка, который служит обеспечению спроса населения на материальные блага и услуги. Здесь в первую очередь необходимо отметить, что торговые предприятия не только оказывают торговые услуги, но также одновременно выступают как посредники для бизнес-связей.

Региональный потребительский рынок выполняет специфические функции в системе общественного воспроизводства. Эти функции связаны с экономическим обеспечением товаров и услуг, и выступают как предмет обмена на этом рынке. Они выполняют следующие функции в экономике региона [2, с. 45]:

- обеспечение платежеспособного спроса населения региона на товары и услуги;
- осуществление распределения товаров и услуг между различными социальными группами населения региона;
- обеспечение взаимных связей между покупателями и продавцами при осуществлении операций по купле-продаже, координация экономических интересов контрагентов;

- играет роль системы сигнализации для производителей и потребителей посредством прямой и обратной связи;
- определяет соотношение структуры спроса и предложения;
- определяет уровень равноценных цен, пропорции между ценами различных товаров;
- организует торгово-экономические связи между регионами;
- создает конкурентную среду, стимулирует снижение расходов и эффективность производства, внедрение результатов научно-технического прогресса, специализацию, кооперацию;
- оказывает влияние на ликвидацию предприятий, деятельность которых считается неприемлемой (предприятий, производящих товары потребления и организующих потребление этой продукции) с точки зрения критериев общественной полезности и эффективности хозяйственной деятельности.

По результатам исследования выявлено, что потребительский рынок - это система экономических отношений, которые развиваются на основе конкуренции, оценки, маркетинга, механизмов государственного регулирования, координируют сферы производства и потребления, создают баланс между спросом и предложением путем обеспечения спроса населения и интересов производителей на основе инфраструктуры, организованной в сфере купли-продажи потребительских благ.

Таким образом, в существующих условиях, необходимо учесть планы правительства по размеру денежной эмиссии в прогнозировании конъюнктуры потребительского рынка; способность погашать накопленную задолженность по заработной плате и переводам населению; сроки и индексацию выплаты заработной платы и пенсий. Вместе с тем, считаем, что одним из важных особенностей потребительского рынка, является уровень его насыщенности товарами и динамика розничной торговли.

Список литературы

1. *Тахумова О.В.* Проблемы государственного регулирования в развитии регионального потребительского рынка // Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика». №2 (12). 2004. С.181.
2. *Малышков В. И.* Потребительский рынок Москвы: вчера, сегодня и ближнее завтра. - М: Типография им. А.С. Пушкина, 1997. - 221 с.

УДК 65.011.8

ПРАКТИКА ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
THE PRACTICE OF MARKETING BUSINESS PROCESS OPTIMIZATION

Матяс Ирина Дмитриевна, Кончевский Артем Игоревич
Matsias Iryna Dmytrievna, Konchevskiy Artiem Igorevich

Белорусский национальный технический университет – БНТУ, Беларусь, Минск
Belarusian National Technical University - BNTU, Belarus, Minsk
(e-mail: idm07@rambler.ru; artemchrist@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены возможности и примеры использования аналитических платформ для оптимизации маркетинговых бизнес-процессов.

Abstract: The possibilities and examples of using analytical platforms to optimize marketing business processes are considered.

Ключевые слова: бизнес-процессы, маркетинг, моделирование, аналитические платформы, цифровизация.

Keywords: business processes, marketing, modeling, analytical platforms, digitalization.

Бизнес-процессы не существуют отдельно от организации, а наоборот являются комплексом нитей, которые создают сложную структуру под названием бизнес. Бизнес-

процессы являются продуктом интеллектуальной деятельности человека и их ценность заключаются в том, что они должны быть продуманы и должны иметь показатели, характеризующие результат. Однако совершенствование имеющихся бизнес-процессов или внедрение новых бизнес-процессов может быть сопряжено с проблемами, которыми нельзя пренебречь. Это могут быть:

- ошибки в моделировании бизнес-процессов;
- недостоверные данные, используемые в разработке бизнес-процессов;
- неопределенность будущего;
- ошибки при аудите бизнес-процессов.

Все эти проблемы напрямую связаны с данными. Ошибки в моделировании в большинстве случаев происходят из-за неправильных данных, использованных при построении. Ошибки при аудите связаны с невнимательностью и отсутствием четких правил оценки соответствия бизнес-процессов. Неопределенность будущего связано с отсутствием реальных данных и выводов, построенных на предположениях. Данные всегда определяли качество и эффективность бизнес-процессов, а также являлись ключевым сегментом в успешной аналитической деятельности.

Совершая переход с функционального подхода на процессный, данные начинают играть большую роль, поскольку вместе с процессным подходом внедряется и процессная аналитика. Автоматизированный бизнес-процесс может использовать данные, которые получены несколько секунд назад, поэтому автоматические данные обязаны быть актуальными.

Вместе с процессным подходом и аналитикой в организации видоизменяется и маркетинг. Маркетинг основан на исследованиях, а любое исследование это, в первую очередь, сбор данных и их анализ. Процессная аналитики влияет на каждый сегмент организации, улучшая его и открывая новые возможности. Для успешного внедрения процессного подхода логично создать аналитическую платформу. Аналитическая платформа позволит собрать все данные на предприятии и обеспечить почти мгновенный обмен ими между сотрудниками.

Важно различать цель и метод достижения цели. Если цель стоит в совершенствовании бизнес-процессов и маркетинговой деятельности, то методом или решением выступает не само совершенствование маркетингового или другого бизнес-процесса, а качественное изменение способа на глубинном уровне. Исходя из этого утверждения, можно сделать вывод, что аналитическая платформа становится решением в поставленной задаче, так как позволяет изменить метод работы на глубинном уровне.

В мир больших данных и аналитической деятельности приходят люди с разной подготовкой, которые активно меняют эту сферу деятельности. Раньше, чтобы внедрить у крупных клиентов систему, приходилось изучать тысячи электронных таблиц в формате Excel, созданных как подобие базы данных. Сегодня этого можно избежать, воспользовавшись программами, выполняющими абсолютно невероятные вещи. Все сводится только к скачиванию, настройки платформы под себя, дальше процесс становится автоматическим, то есть безошибочным.

Помимо всего прочего подобная платформа позволяет проводить онлайн тесты и эксперименты. С помощью платформы и интернета можно превратить деятельности организации в идеально сконструированную цифровую лабораторию. Благодаря массивам данных и бесплатным онлайн тестированиям в руки организации попадают нужные результаты за считаные минуты, а не месяцы, как при опросах и анкетированием во внешнем мире.

Примером подобных экспериментов послужит зарубежный опыт. Гостиничная сеть Ceasars провела анализ способов бронирования номеров, результаты которого оказались потрясающими. Большинство всех бронированных номеров было сделано за счет онлайновых баннеров, потому что реклама направляла посетителей на общую страницу бронирования, а не начальную страницу сайта. Подобное исследование в компании заняло

24 минуты. Аналитики просто вытащили данные с аналитической платформы. Решение после исследования последовало незамедлительно - свою рекламную компанию гостиничная сеть начали вести, используя онлайн рекламу и отказавшись от наружной. Вывод - не нужно было ждать результаты неделями и разрабатывать методологию, данные позволили им сделать процесс принятия таких решений максимально быстрым.

В недалеком будущем все каналы станут цифровыми. Еще одним примером мира больших данных станет компания Google. Она уже предоставляет возможность для покупки времени по размещения телевизионной рекламы через онлайновый интерфейс. Компания сделала процесс покупки телевизионного времени настолько простым, что теперь им может пользоваться буквально каждый. Покупая время, Google TV позволяет видеть данные по переключению каналов. Это дает рекламодателям возможность понять, сколько зрителей предпочитает не смотреть их рекламу.

Очень важной областью использования аналитических платформ является область принятия деловых решений. Особенно подобный скачок в качестве на основе данных может отразится на бизнес-процессах. Компании, которые принимают решения на основе интуиции высшего руководства не живут долго и не являются лидерами в отраслях, любое решение или бизнес-процесс должен подкрепляться данными, активными тестированиями и онлайн исследованиями. Подобные методы позволяют получить невероятное количество интересной информации.

Исследования с помощью огромного количества данных позволяют невероятно детализировать бизнес-процессы и деловые решения. Изучим опыт компании TD Ameritrade, много лет стоявшей на переднем крае оптимизации бизнес-процессов. Стратегия компании состоит в наращивании количества обслуживаемых клиентских счетов, что означает: управляет бизнесом на основании всего двух показателей – количества новых счетов и величины расходов по получению нового счета. Компания также использует принцип замкнутой обратной связи, то есть она в точности знает, с кем вступает в общение и открывают ли ее собеседники со временем счета или нет. Исходя из этого можно с легкостью определить причины и следствия различных видов маркетинговой деятельности. Цифровой мир позволяет дойти до такой степени детализации, которая позволяет сравнивать показатели по каждому часу.

Проводя исследование, было замечено, что потенциальные клиенты, которых удавалось привлечь в течение последнего часа торгов, обладали значительно большей ценностью, были готовы отдать в распоряжение компании больше денег и изъявляли большее желание работать с TDA.

Таким образом, медиа-стратегия, направлялась на то, чтобы завоевать этот временной интервал. Было закуплено все медийное время последнего часа операционного дня на целом ряде крупных сайтов. Эта рекламная кампания привлекла на 15% больше самых ценных клиентов, чем любая другая. Отличный пример того, как полученная благодаря анализу данных ценная информация способна продуцировать творческие идеи.

Цифровизация призвана помочь людям в принятии решений, но не заменить их. Машины способны анализировать большие объемы информации почти мгновенно, но без внесенной в базы данных информации они не дееспособны. В отличие от машин человек, обладая минимальной информацией и собственным бизнес-опытом, способен на восполнение пробелов. В синергии использования навыков и компетенций человека и искусственного интеллекта и заключается возможность оптимизации бизнес-процессов.

Список литературы

1. *Мур К.* Свод знаний по управлению бизнес-процессами: BPM CBOK 3.0 / пер. с англ. Инны Гайдюк. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 640 с.

2. Бизнес-процессы — основа эффективного управления предприятием//2019. https://www.u-b-s.ru/publikacii/biznes-processy.html

УДК 339.13

МАРКЕТИНГ НОВЫХ ИДЕЙ, МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ И ПОТРЕБИТЕЛЬ
MARKETING NEW IDEAS, MARKETING SOLUTIONS AND CONSUMER

Мирошниченко Екатерина Николаевна
Miroshnichenko Ekaterina Nikolaevna

Обособленное подразделение «Колледж технологий и дизайна Луганского национального университета имени Тараса Шевченко», г. Луганск, ЛНР
Separate subdivision «College of Technology and Design of Luhansk Taras Shevchenko National University», Lugansk, Lugansk People's Republic (caterina.miroshnichenko2010@yandex.ua)

Аннотация: Рассмотрены преимущества и проблемы принципиально новой модели маркетинговой работы - «маркетинга новых идей».

Abstract: The advantages and problems of a fundamentally new model of marketing work – «marketing new ideas» are considered.

Ключевые слова: маркетинг новых идей, потребитель, стратегия, прибыльность.

Keywords: marketing new ideas, consumer, strategy, profitability.

Стремительное развитие современных технологий и информационных систем, а также усиление процессов глобализации и интернационализации ведут к тому, что предприятия вынуждены искать новые пути обслуживания потребителей, ведения бизнеса и производства.

Если предприятие, фирма или даже отдельный человек, который занимается бизнесом постоянно анализирует свою маркетинговую деятельность, то при таких условиях бизнес будет развиваться успешно и прибыльно. Главное то, что руководителям предприятий необходимо осознать золотое правило ведения бизнеса: маркетинг необходимо постоянно развивать и делать это профессионально, помня, что главная цель маркетинга – это всесторонняя и полная ориентация на клиента, максимально возможное удовлетворение покупателей и удержание постоянных заказчиков. Именно поэтому, анализируя секреты успеха в бизнесе таких олигархов как Рокфеллер, Бренсон, Джордж Сорос и других, понимаем: эти люди в совершенстве владеют законами бизнеса, они осознали философию управления, то есть первое место в их бизнесе занимает исследование рынка, управление сбытом, руководство проектами, регуляция рисков, увеличение прибыли, усовершенствование налогообложения, мотивация, подбор кадров, автоматизация, контроль качества. Умение чувствовать конъюнктуру рынка, генерировать оригинальные идеи, объединять вокруг себя талантливых и инициативных людей, налаживать связь «в высших кругах», получать оперативную информацию, авантюризм, умение рисковать – это составляющие успеха бизнеса. Главное в бизнесе также то, что все сотрудники компании от низшего звена до руководства должны работать по законам порядочности, морали, совести.

Деловые люди понимают, что успеха не достичь, если не знать тонкостей состояния и перспектив рынка, нужд и запросов потребителей. на сегодняшний день в рыночной практике приобрела распространение принципиально новая модель маркетинговой работы, которая может принести не меньший успех уже совсем другому поколению маркетологов. Ее можно смело назвать «маркетингом новых идей» [1, с.69]. Основной девиз этой модели достаточно радикальный: найти товар, позиционировать его как бренд, объяснить потребителям, как его использовать и, возможно, он придется им по вкусу. Наиболее яркий пример «маркетинга новых идей» можно встретить в сфере высоких технологий. Например, существовала ли в тот момент, когда весь мир использовал персональные компьютеры на базе процессоров Intel – 286, объективная необходимость «гонки скоростей», которая привела нынче к появлению процессора Pentium – 4? На самом деле, сама компания Intel обнародовала результаты исследований, которые показывали, что даже через два года после

выхода на рынок 486–го процессора, только 5% потребителей имели в нем реальную потребность. Другие 95% были полностью удовлетворены возможностями менее мощных процессоров. Несмотря на это, компания Intel продолжала и продолжает проводить политику агрессивной экспансии на рынке микрочипов, поднося компьютерную индустрию на, до сих пор, неизведанные высоты с каждым процессором, который появляется на рынке. Ощутимые выгоды, которые вытекают из создания успешной бизнес – стратегии в условиях скачкообразного изменения, являются беспрецедентным вызовом определения того, что стратегия должна быть в первую очередь.

Чтобы реагировать на скачкообразные изменения необходимо быть достаточно проворным и ловким. Так как бережливое производство само по себе не будет поддерживать компанию в более долгосрочной перспективе; не более чем сокращение – сама по себе выигрышная стратегия. Если компания выяснит новую бизнес-модель, прежде чем это сделают ее конкуренты и сделает это правильно, в результате вознаграждение может быть астрономическим.

Ключевым фактором для увеличения шансов на успех, является скорость, маневренность и мышление открытое для перемен. Будущее действительно не поддающееся прогнозированию нельзя допускать, чтобы не остановить процесс мышления о том, что могло бы случиться и последствия таких событий. Здесь инструменты исследования становятся жизненно важными. Исторически, исследования рынка были довольно тривиальными поисками, совершаемые людьми направляющиеся вниз по организационной лестнице. Бизнес, который не понимает сегодняшний мир не может надеяться на то, что он справится завтрашними изменениями, таким образом, первым требованием является твердое понимание реальности и его определяющих факторов.

Важнейшим основанием будущих исследований является включение в себя покупательской ценности – этот термин широко используется Майклом Портером в его произведениях 1980-х годов, которая заключается в понимании того, кто принимает решение о покупке (нетривиальная задача), а затем определение истинных определяющих факторов этого решения (т.е. критерий отбора). Теория пока подтверждается в работе по Миллеру, в том, что покупательская ценность, которая побуждает осуществлять покупку, не меняется изо дня в день или даже год от года. Понимание покупательской ценности может привести к значительным стратегическим решениям, особенно касательно инвестиций и брендового ознакомления с рыночной нишей покупательских потребностей [1, с.72]. Это способно улучшить инвестирование и/или рынок, потому что если клиент не делает характерный признак, тогда вложение денег вероятно будет напрасно. В условиях конкуренции выживает и растет производитель товаров, услуг, идей, который представляет потребителю максимальную потребительскую полезность. Эта полезность определяется как разность всех выгод потребителя (вознаграждений) от обмена всех его затрат на их получение. Привлекательность условий обмена, удовлетворенность потребителя обменом – одна из целей успешного маркетинга. Тем не менее потребитель нередко оценивает потенциальный или состоявшийся обмен как нечестный, несправедливый. Причину неудовлетворенности объясняет теория справедливости, согласно которой человек оценивает и сравнивает соотношения «результат/вклад» участников – свой и партнера по обмену. Если человек воспринимает свое соотношение «результат/вклад» как менее благоприятное, чем у другой стороны, он склонен испытывать неудовлетворенность. Удовлетворительный обмен для обеих сторон выражается уравнением:

$$\frac{\text{Результаты для A}}{\text{Вклад A}} = \frac{\text{Результаты для B}}{\text{Вклад B}}$$

Вклады и результаты оцениваются в восприятии одной из сторон [2, с. 86].

То, что покупатели рассматривают как справедливый обмен, весьма вероятно рассматривается продавцом как несправедливый. Оптимальная работа с клиентской базой бизнеса предполагает определение ценности клиента на протяжении всего его жизненного цикла, или жизни в качестве клиента. Оптимизация работы делового поставщика нередко

предполагает выделение ключевых клиентов, от которых зависит само существование бизнеса. Возможно, что лишь 20% клиентов обеспечивают 80% продаж компании. Компании стремятся построить важнейший свой актив – маркетинговую сеть. Она включает саму компанию и всех ключевых участников успеха ее деятельности – потребителей, занятых, поставщиков, дистрибьюторов, розничных торговцев, консультантов. Сегодня конкуренция разворачивается не столько между компаниями, сколько между сетями. Покупательская ценность должна служить соединением как рациональных, так и эмоциональных ценностей. Без эффективных каналов и сотрудников, приравненные к лучшим стратегии сосредоточенные на покупателя терпят неудачу. Также с перенасыщением, избытком информации и Интернетом, в настоящее время существует так много данных, что проблемой является уже не обнаружение этого, а скорее найти выход как не быть перенасыщенным, перегруженным. Если ваш бизнес знает определяющие факторы своего успеха, то вы можете определить, куда направить свое внимание. Перед запуском инструментов, сосредоточенных на будущее, необходимо обеспечить, чтобы динамика сегодняшнего бизнеса являлась на самом деле и полностью понятной. Для большинства предприятий рост Интернета идеально подходит в качестве ведущего использования метрики, в котором ваши покупатели являются клиентами или компаниями, внимательно отслеживая их Интернет покупки и основную деятельность. Интернет – это огромный путь к накоплению информации и способность проникновения в суть дела, когда ужесточаются связи с группами покупателей. Некоторые компании предлагают бесплатные продукты в обмен на детальную информацию о своих клиентах, которая поможет им понимать своих клиентов лучше и поможет им улучшить рыночную конъюнктуру в будущем.

Маркетинг отношений – современный подход к работе с потребителями, основанный на продолжительных, доверительных и продуктивных отношениях продавца и покупателя. Отношения здесь рассматриваются как добровольный обмен информацией и другими ценностями между покупателем и продавцом, сопровождающийся взаимными ожиданиями выигрыша. Маркетинг отношений особенно значим, если: продукт и/или услуга носят сложный, комплексный и не абсолютно очевидный характер и при этом продукт и/или услуга должны быть приспособлены, адаптированы к конкретному потребителю и поставляются в течении продолжительного периода времени; покупатели малоопытны в выборе и использовании покупки, и потому их выбор вынужденно опирается на доверие к продавцу; рынок динамичен и потому потребителю трудно опираться на свои быстро устаревающие знания; покупка делается не только ради самого продукта или услуги, но и ради чувств, обретаемых как результат обмена; доверие и удовлетворенность прошлым взаимодействием с партнером по обмену влияют на восприятие качества отношений (потенциальный покупатель-кандидат в покупатели-покупатель-клиент-сторонник).

Формирование длительных отношений с потребителями повышает конкурентоспособность компании, двигая потребителей вверх по иерархии лояльности. Маркетинг отношений опирается на электронные информационные технологии, такие как компьютерные базы данных, в которых записываются продуктовые, ценовые, коммуникационные предпочтения потребителей, особенности их жизненного стиля. Задачу привлечения и сохранения потребителей могут помогать решать программные средства CRM (Customer Relationship Management). CRM охватывает стратегию и процесс координации всех точек контакта с потребителями; интегрирует людей, процессы и технологии с точки зрения клиента, в результате формируя долгосрочную потребительскую ценность, прибыльность и лояльность. CRM-приложения позволяют компаниям накапливать и анализировать информацию о клиентах и взаимодействии с ними. CRM стирает границы между продажами и сервисом, объединяет разнообразные подсистемы деятельности компании вокруг потребителя. Главная цель – рост качества и численности клиентов, сохранение потребителей за счет роста их удовлетворенности [3, с. 74]. CRM могут использоваться для ведения персонализированной работы с наиболее выгодной частью клиентов. Схема такой работы включает четыре этапа:

1. Идентификация, выявление тех, кто конкретно является потребителями компании.
2. Дифференциация потребителей в рамках базы данных о потребителях.
3. Взаимодействие с потребителями, идентифицированными как имеющие долгосрочную ценность для компании.
4. Подгонка к потребностям потребителя услуг, продуктов и других специализированных предложений для этих наиболее ценных клиентов для увеличения доли этих клиентов и укрепления отношений с ними.

Успех использования CRM зависит от автоматизации и интеграции бизнес-процессов компании, готовности компании ориентировать всю свою деятельность на потребителя. Компании сегодня часто организованы вокруг того, что они считают наиболее важным – вокруг своих продуктов и услуг.

Критериями оценки эффективности CRM являются:

- рост качества обслуживания клиентов;
- улучшение клиентской базы (привлечение и сохранение наиболее ценных и выгодных клиентов);
- сопоставление затрат на систему с генерированными ею доходами.

Источниками роста дохода является рост постоянных продаж, рост среднего объема трансакции (продажи), снижение уровня сбоев и дефектов, снижение затрат на приобретение клиентов.

К проблемам внедрения CRM относятся:

- нежелание службы продаж делиться своей информацией о клиентах;
- недостатки интеграции CRM в корпоративную систему управления и систему электронной коммерции;
- непрозрачность бизнеса и, соответственно, закрытость деловой информации.

Внедрение CRM выходит за границы просто функции автоматизации. Оно предполагает фундаментальные изменения в культуре и операциях организации, развитие информационной инфраструктуры для реализации системы в Интернете.

Значимость систем управления отношениями с клиентами в период растущей конкуренции трудно переоценить. Потребители – одно из немногих устойчивых конкурентных преимуществ, доступных для компании. Потому что группы клиентов – в отличие от большинства других активов организации, - если ими управлять и поддерживать их, не могут быть легко скопированы конкурентами.

К проблемам CRM относится их внедрение как информационной технологии, а не маркетинговой практики. К недостаткам CRM относится также измерение в основном лишь прошлого поведения покупателей, не отражает информации что потребитель не купил и почему. Прогнозирование будущих покупок путем экстраполяции прошлого сегодня недостаточно надежно. CRM может не нравиться потребителям. Поскольку создает потенциальную и реальную угрозу нарушения неприкосновенности частной жизни. CRM несет с собой риск кражи или несанкционированного потребителем использования клиентских данных. От состояния единицы хранения в CRM потребители стремятся к отношениям, управляемым самим клиентом – CMR (Customer Managed Relations). В CMR потребитель управляет своими отношениями с поставщиками. Потребители персонализируют комплекс маркетинга поставщика в соответствии со своими индивидуальными потребностями. Потребители усиливают свои позиции на рынке, поскольку имеют все больше информации и получают ее в реальном режиме времени. В условиях растущей конкуренции маркетологам необходимо все больше изобретательности.

Список литературы

1. Business: A Changing World. Fourth Edition. O.C. Ferrell (Colorado State University) and Geoffrey Hirt (DePaul University). McGraw-Hill/Irwin, a business unit of The McGraw-Hill Companies, Inc. 1221 Avenue of the Americas, New York, NY, 10020; 2003.
2. Market research matters. Tools and techniques for aligning your business. Robert Duboff, Jim Spaeth. John Wiley & Sons, Inc. Canada, 2002.
3. Steven P. Schnaars and Conrad Besenson, "Growth Market Forecasting Revisited," California Management Review 23, no. 4 (1986).

УДК 338.2

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ ПО ЭТАПАМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА
THE VALUATION OF START-UP PROJECTS IN THE LIFE CYCLE STAGES

Нефедова Лариса Вячеславовна
Nefedova Larisa Vyacheslavovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: larisa-nefedova@yandex.ru)

Аннотация: В статье рассматривается применение методов оценки стоимости стартапов с учетом специфики стадий жизненного цикла проекта.

Abstract: The article uses methods of assessing the cost of start-ups taking into account the specifics of the life cycle stages of the project

Ключевые слова: стартап-проект, жизненный цикл проекта, стадии жизненного цикла, оценка стоимости стартапа, методы оценки стартапа.

Keywords: startup, Project Life Cycle, life cycle stages, methods of assessing the start-ups

Стартап-проект (startup) как новая форма современного бизнеса, ориентированного на создание нового продукта или услуги в условиях обострения конкуренции в глобальном масштабе, формирует и новые взаимоотношения малых инновационных компаний с различными институтами рынка, меняет их роль и функции в создании новых рабочих мест, достижении социальной стабильности в обществе. Эти процессы также требуют создания оптимальных инвестиционных условий для успешного развития и роста стартап-предприятий.

Основной характеристикой стартапа является уникальность и эксклюзивность идеи/вида бизнеса, а идея, продвижение и реализация которой приносит прибыль ее основателям, является основой этой деятельности. Концепция жизненного цикла получила широкое распространение в экономике и менеджменте, но именно в управлении проектами она приобрела особую важность в силу специфических особенностей проекта как вида деятельности. Жизненный цикл проекта - это модель его развития во времени, определяющая различные ситуации в процессе его реализации [1]. Управление стартап-проектом на основе концепции его жизненного цикла обеспечивает организацию единого неразрывного процесса достижения поставленных целей стартапа и управление его реализацией с учетом специфики каждой стадии. В наиболее общем виде в жизненном цикле стартап-проекта выделяют пять последовательных стадий [2].

1. Предпосевная стадия. На этой стадии кроме идеи продукта, нет ничего больше. У потенциальных создателей компании нет ни денег, ни людей, но есть идея и желание её реализовать. На этой стадии оттачивается идея, формируется команда, изучаются потенциальные клиенты и рынок. Перед основателем стартапа стоят такие проблемы как невозможность оценить и спрогнозировать будущую стоимость реализации идеи, полное отсутствие инвесторов и денежных средств.

2. Посевная стадия. На этой стадии идея для проекта оформляется, обосновывается, концепция и суть бизнеса, формируется команда, заинтересованная в новом продукте. На посевной стадии разрабатывается бизнес-план, начинается поиск инвесторов, проект может размещаться на биржах. Важно отметить, что прибыли на этом этапе еще нет.

3. Стадия запуска продукта. Характеризуется началом продаж продукта на конкретном рынке, появляется первый стабильный доход. Именно эта стадия наиболее привлекательна для инвестора, так как возможно оценить реальный спрос на продукт,

спрогнозировать объемы производства и получить первые данные, позволяющие сформировать прогноз успеха развиваемого проекта [2].

4. Стадия роста и развития. На этой стадии проект набирает обороты, уверенно занимает выбранную нишу и начинает приносить создателям первый доход [2]. Стартап начинает расширяться – доходы становится стабильными, число клиентов растет, позиции на рынке укрепляются, а бизнес-процессы отрабатываются.

5. Стадия выхода («зрелости»). «Стадия зрелости» - этап, который можно назвать последним в развитии стартапа, когда начинается обычный бизнес. Фирма перестает быть стартапом, так как уже есть штат опытных сотрудников, хорошо отработанные процессы и операции [2]. В это время инвесторы осуществляют либо перепродажу компании, либо – размещение акций стартап-предприятия на бирже, то есть выходят из бизнеса.

Стартап не обязательно проходит все стадии жизненного цикла. Так кто-то привлекает инвесторов уже на выходе из посевной стадии, в самом начале, а кто-то только на стадии роста и развития.

Оценка стартап-проекта – это не просто расчет его реальной рыночной стоимости, это попытка спрогнозировать и оценить перспективы развития, оценить его способность перерасти в крупную компанию, и приносить прибыль/сверхприбыль. Цели оценки стартап-проекта принципиально отличаются от оценки стоимости организации (предприятия) [3]. Правильная оценка стартап-проекта позволяет привлечь денежные средства на его развитие. Инвестор хочет быть уверен в перспективе получения прибыли от продажи продукта (услуги), а также минимизировать свои риски и издержки. При установлении стоимости стартап-проекта наиболее важным становится учет и анализ факторов, влияющих на формирование будущих доходов стартапа, а не только учет расходов на реализацию идеи [3].

Стоит понимать, что процесс оценки стоимости предприятий-стартапов – это самая сложная часть инвестиционного процесса и в большей степени носит формальный характер, так как применение традиционных методов оценки компаний становится невозможным вследствие отсутствия прибыли на ранних стадиях жизненного цикла стартапа и неопределенности условий реализации идеи.

Инвесторы условно выделяют три группы параметров, по которым проводят оценку стартапов: 1) параметры, которые формируют решение инвестора об общей готовности к инвестированию в предприятие-стартап и включают в себя вопросы качественного подбора команды предприятия-стартапа, размера потенциального рынка, равно как возможности масштабирования бизнес-модели компании; 2) параметры, включающие в себя условия, определяющие «базу» для оценивания компании, и позволяющие определить долю компании, на которую претендует инвестор в обмен на инвестиции в предприятие-стартапа; 3) факторы третьей группы условно определены как повышающие и понижающие коэффициенты, применяемые к «базе», - они и формируют конечный результат в виде оценки стоимости предприятия-сатрапа. После определения исходной точки для ведения переговоров о стоимости предприятия-стартапа, инвестор руководствуется факторами, которые имеют повышающий или понижающий эффект [4].

В современной экономической науке существует немало трудов, посвященных оценке стоимости компаний, при этом оценка стартапов относится к малоизученной сфере, которая в основном опирается только на экспертные мнения участников этого процесса.

Оценка предполагает обязательную фокусировку на качестве управления, а не только на количественном анализе, так как использование методов оценки стоимости традиционного бизнеса не дают адекватного понимания эффективности инвестиций в стартапы. Существует большое число различных подходов при оценке стоимости, которые привлекают финансирование и помогают обосновать цифры при ведении переговоров. Использование этих методов зависит от предметной области стартапа и стадии его жизненного цикла.

К наиболее распространенным методам оценки стартап-проектов относят [5]:

1. Затратный метод или восстановительный. Метод, позволяет оценить реальные финансовые затраты на создание аналогичного проекта. Данный метод хорош тем, что позволяет оценить эффективность расходования денежных средств командой стартапа, и удобен инвестору при торге со стартапером своей заниженной оценкой. Отрицательная сторона метода заключается в том, что он не учитывает стоимость интеллектуальной собственности, оценку личной инициативы основателя проекта и прочих нематериальных ценностей.

Данный метод эффективен на предпосевной и посевной стадиях жизненного цикла, с помощью этого метода можно оценить реальные затраты, связанные с реализацией продукта.

2. Метод Беркуса. Основная идея, заложенная в метод Беркуса: учет потенциала стартапа при помощи неких эмпирических коэффициентов к восстановительному методу. Коэффициенты учитывают поправки по таким критериям как надбавка за привлекательную идею, надбавка за грамотный и профессиональный менеджмент проекта, высококвалифицированный руководитель проекта, надбавка за уникальность рыночной позиции, реализованный прототип, денежный поток и т.д. Как и любая эмпирическая оценка, метод страдает личностной необъективностью и попыткой подстроится под текущий рыночный момент. Метод может применяться на стадии запуска продукта.

3. Метод нормы прибыли или метод венчурного капитала. Предполагает расчет оценки стоимости с учетом двух показателей: до-инвестиционная и пост-инвестиционная стоимость стартапа. Метод нормы прибыли оценивает эффективность инвестиций в проект и позволяет определить необходимую долю в акционерном капитале компании (т.е. долю собственности). Данный метод можно использовать на стадии запуска продукта и на стадии роста и развития.

4. Метод оценки потенциальной аудитории. Выделяют оценку по стоимости клиента и по доходности клиента. Метод оценки по стоимости клиента может использоваться для оценки будущей стоимости стартапа, успех которого тесно связан с прогнозным расчетом количества клиентов на определенном этапе развития. Метод оценки похож на метод аналогий, но имеет более объективные результаты, т.к. при правильном использовании можно усреднить переоцененные и недооцененные проекты. Метод оценки по доходности клиента является, пожалуй, наиболее точным экономическим методом расчета будущей стоимости проекта. Он опирается на стандартный метод оценки бизнеса по доходу.

5. Метод расчета по модели Ave Maria. Модель Ave Maria (вольное сокращение от слов: Acquisition (получение новых клиентов или пользователей), Value (ценность), Engagement (вовлечение пользователя (клиента)), Monetization (монетизация проекта), Retention (удержание клиентов), Intellectual Property (интеллектуальная собственность)). Этот метод можно использовать на четырех стадиях жизненного цикла проекта, начиная с посевной и заканчивая стадией выхода инвесторов. Отвечая на вопросы, поставленные данным методом, можно нарисовать портрет клиента стартап-продукта, описать и охарактеризовать его; узнать стоимость одного клиента; конвертировать стоимость клиентов в выручку компании; стоимость привлечения и удержания клиента; защитить стартап от происков конкурентов. Данный метод не дает оценочных характеристик проекта, но удобен для сравнения разных проектов, при выборе предпочтительного направления инвестирования.

6. Метод скоринга. Ключевым моментом в методе скоринга является понимание средней оценки аналогичных компаний до момента получения дохода в целевом регионе. С этими данными метод скоринга дает инвесторам субъективные данные, но позволяет корректировать оценку приобретаемой компании на посевной стадии для начального этапа инвестиций.

7. Метод экспертной оценки. Одним из самых распространенных методов оценки стартапов является метод экспертной оценки. Несмотря на свою «антинаучность», оценки, полученные на основе этого метода, при хорошей интуиции инвестора, являются наиболее надежными и достоверными [5].

Все методы, используемые для оценки стартап-проектов, делятся на количественные и качественные. В зависимости от этапа развития стартапа для его оценки важно подбирать метод, наиболее адекватно учитывающий специфику текущей стадии (табл. 1).

На самом раннем этапе развития стартапа (предпосевная, посевная стадии) рекомендуется применять методы оценки потенциальной аудитории и затратный.

Таблица 1. Методы оценки стартап-проектов с учетом специфики стадий жизненного цикла.

<table>
<tr><th>Стадии ЖЦ / Методы оценки</th><th>Предпосевная стадия</th><th>Посевная стадия</th><th>Стадия запуска</th><th>Стадия роста и развития</th><th>Стадия выхода «зрелости»</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Качественные методы</td><td rowspan="2">Метод экспертной оценки</td><td>Метод скоринга</td><td>Метод Беркуса</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="4">Метод Ave Maria</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Количественные методы</td><td colspan="2">Затратный</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Метод оценки потенциальной аудитории</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="4">Метод нормы прибыли</td></tr>
</table>

На посевной стадии рекомендуется использование как количественных, так и качественных методов, ведь эта стадия одна из важнейших, от проработки именно этой стадии зависит дальнейшее развитие проекта, его прибыльность и заинтересованность инвесторов в стартапе. На стадии запуска продукта стартап выходит на определенный сегмент рынка. Появляются первые продажи и проект начинает приносить доход. На этой стадии уже рекомендуется использовать такие расчетные методы как: метод нормы прибыли и метод Беркуса и др. Метод нормы прибыли и метод по модели Ave Maria используется как на стадии роста и развития продукта, так и на стадии выхода или зрелости стартапа.

Рынок стартап-проектов в России с каждым годом все больше развивается, представляя миру различные уникальные идеи проектов в разнообразных сферах бизнеса. Решения об инвестициях рассматривают через призму стоимости стартапа. Оценка стоимости должна строится на основе ожидаемых величин и базироваться на анализе систематических рисков, а оценка выгод от инвестиций должна проводится на основе показателя потока денежных средств [6].

Безусловно, ни один метод не даст достоверной оценки стартапа, особенно на ранних стадиях. Поэтому, рекомендуется на ранних стадиях использовать преимущественно оценочные или экспертные методы, на поздних - расчетные.

Список литературы

1. Управление проектом. Основы проектного управления: учебник / коллектив авторов; под ред. проф. М.Л. Разу. – 4-е изд.; стер. – М.: КНОРУС, 2015. – 760 с.
2. Интернет-портал «Artjoker» (Электронный ресурс) // 2018. https://artjoker.ua/ru/blog/zhiznennyy-tsikl-startapa-from-zero-to-hero/
3. Финансовый менеджмент: учебник для академического бакалавриата / под ред. Г.Б. Поляка. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 456 с.
4. «Фонд развития интернет инициатив» (Электронный ресурс) // 2018. https://www.iidf.ru/media/articles/money/9-metodov-otsenki-startapa-s-kommentariyami/
5. *Беспалова А.В., Нефедова Л.В.* Методы оценки стартап проектов // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития: сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2018) – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. – 471 с.
6. Корпоративные финансы. Руководство к изучению курса [Текст] / Гос. ун-т – Высшая школа экономики; отв. ред., рук. авт. коллектива И.В. Ивашковская. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 333 с.

УДК 339.137.24

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ
ANNENT THE EVALUTION OF THE SERVICES' COMPETITIVENESS

Оленева Ольга Сергеевна, Песчанникова Александра Родионовна,
Ордынец Анна Андреевна
Oleneva Olga Sergeevna, Peschannikova Aleksandra Rodionovna, Ordynets Anna Andreevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: Nirsrgu@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены основные понятия конкурентоспособности услуг. Даны некоторые особенности оценки конкурентоспособности услуг на рынке с учетом качественных критериев.

Abstract: Basic concepts of services' competitiveness are considered in this article. Some pecularities of evaluation of the services' competitiveness on a market giving in considration to qualitative criteria are described.

Ключевые слова: конкурентоспособность, услуга, рынок, коэффициент потери качества.

Keywords: competitiveness, service, market, Taguchi quality loss coefficient.

В современных условиях в России происходит усиление конкуренции во всех сферах экономики, вследствие чего руководители предприятий находятся в постоянном поиске новых, адекватных условиям конкуренции, инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности.

В наши дни эта проблема остро встает перед организациями, работающими на рынке услуг, так как на сегодня это одна из отраслей, имеющая достаточно высокую оборачиваемость. Однако при этом многие компании в данной сфере сталкиваются с технологической отсталостью и высокой степенью износа основных фондов. выражается в высокой материалоемкости, энергоемкости и трудоемкости производства. Это напрямую связано с тем, что данные организации в основном относятся к небольшим (или малым) фирмам, у которых нет возможности вкладывать большие финансовые средства в инновационные технологии. Согласно Филиппу Котлеру, в основном данные организации играют на рынке роль «новичков» или «окопавшихся в рыночных нишах» [1].

Все вышеперечисленные проблемы оказывают сильное негативное влияние на качество услуг, оказываемых российскими компаниями. В сложившейся ситуации актуальными становятся оценка и повышение конкурентоспособности услуг, что обуславливает необходимость проведения анализа основных терминологических понятий.

Многообразие существующих подходов к понятию конкурентоспособности в настоящее время в экономической литературе определяется:

либо особенностями постановки задачи и цели исследования, что приводит автора к необходимости акцентирования своего внимания на том или ином аспекте конкурентоспособности;

либо особенностями выбора предмета исследования, в качестве которого могут выступать предметы конкуренции (то есть услуги), субъекты конкуренции (предприятия, отрасли, регионы, национальная экономика, государство), объекты конкуренции (спрос, рынок, факторы производства: природно-сырьевые ресурсы, рабочая сила, капитал, ценные бумаги, информация, политическая власть), масштабы деятельности (товарные рынки, отраслевые рынки, региональные рынки, межрегиональные рынки, мировые рынки) [2].

В иерархии понятий конкурентоспособности базовым является понятие «конкурентоспособность товара», которое может рассматриваться для различных видов

товаров (производственно-технического назначения, потребительского назначения, услуг, информации и т.п.) [3]. Применительно к интересующей нас сфере нами рассматривается понятий «конкурентоспособность услуг».

В настоящий момент в экономической литературе способы оценки конкурентоспособности услуг основаны на сопоставлении конкурентоспособности с базой сравнения – услугой-образцом. При выборе для сравнения услуги-образца необходимо выполнить анализ: установленных целей оценки конкурентоспособности и выбора предполагаемых рынков сбыта; состояния рынка (объемов, продаж, факторов спроса и предложения); номенклатуры и установления величин показателей соответствующей потребности покупателей. Если нет возможности определить базу для сравнения, используют косвенный метод с помощью эталонной услугой. Эталонная услуга моделирует потребность и позволяет сравнить его параметры с услугой, подлежащим оценке. В этом случае конкурентоспособность оценивается путем сопоставления параметров реализуемых услуг с параметрами, необходимыми потребителю или с параметрами услуги-образца [9].

От выбора базы сравнения в значительной степени зависит правильность результата оценки конкурентоспособности и принимаемые в дальнейшем решения. Базой сравнения могут выступать:

потребность покупателей;

величина необходимого полезного эффекта;

конкурирующая услуга;

эталонный (гипотетический) услуга-образец;

В том случае, когда базой сравнения является потребность покупателей, осуществляется выбор номенклатуры и установление величин параметров потребности покупателей, оцениваемой и конкурирующей услугой, которыми потребитель пользуется при их оценке на рынке, а также весомости этих параметров в общем их наборе.

Когда за базу сравнения принимается величина необходимого потребителю полезного эффекта услуги, а также сумма средств, которые потребитель готов израсходовать на приобретение услуги, выделяются сам полезный эффект в качестве эталона или сумма средств.

Если оцениваемая услуга имеет конкурента (что чаще всего и происходит), то услуга-образец моделирует потребность и выступает в качестве материализованных требований, которым должна удовлетворять услуга, подлежащая оценке.

Иногда в качестве базы сравнения выступает гипотетический образец, который представляет собой среднее значение параметров группы изделий. Такая процедура используется в том случае, когда информации по конкретной конкурирующей услуге недостаточно. Фактически речь идет об анализе потребности, которой может и не существовать, поэтому эта оценка должна рассматриваться как ориентировочная и подлежащая дальнейшему уточнению.

В процессе исследования была уточнена классификация существующих методов оценки конкурентоспособности продукта сферы сервисных услуг с учётом современных требований к его качественным показателям. На наш взгляд все существующие методы оценки конкурентоспособности услуг целесообразно классифицировать на маркетинговые и «производственные», что позволяет на практике выбрать наиболее рациональный в данных конкретных условиях метод. Например, если необходимо оценить конкурентоспособность услуги, которая давно существует на рынке, то целесообразно воспользоваться маркетинговым интегральным показателем. Этот способ удобен для отслеживания востребованности услуги на рынке на различных этапах его жизненного цикла. Или же, если речь идёт об оценке конкурентоспособности услуги, находящейся на стадии проектирования, будет удобно использовать «производственный» интегральный коэффициент. В этом случае предлагается воспользоваться методом оценки конкурентоспособности с учётом коэффициента потери качества Тагути [4]. В настоящее время данный показатель в основном используется для оценки конкурентоспособности товара, но на наш взгляд, коэффициент,

учитывающий потери качества, должен быть востребован в компаниях, занимающихся сервисом. В данном коэффициенте отражены величина допуска значений параметра услуги, из-за которого возникает «дефект» и стоимость данного «дефекта». Под «дефектом» услуги понимается низкое качество оказанной услуги для потребителя.

Таким образом, коэффициент потери качества включает в себя не только затраты на создание услуги, но и на приобретение услуги потребителем. Использование «производственного» метода оценки конкурентоспособности позволяет обходиться без базы сравнения, что облегчает использование этого инструмента.

Список литературы

1. *Котлер Филип*. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. — М. Издательский дом «Вильяме», 2007 – 656 с. ил.
2. *Иващенко Н.С.* Конкурентоспособность товара и классификация ее видов // Ж-л «Вестник современных исследований» , №11-2(26) ноябрь 2018.- С.86-89.
3. *Иващенко Н.С.* Товарная политика текстильного предприятия. – М.: Инфра-М, 2016. – 286 с.
4. *Леон Р.* и др. Управление качеством. Робастное проектирование. Метод Тагути. Пер с англ. – М.: «СЕЙФИ» 2002. – 384 с.

УДК 659.182/.187

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ НОВЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИА-МИКСА РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ НА СОВРЕМЕННОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

INCREASE OF EFFICIENCY OF PROMOTION OF NEW GOODS AND SERVICES DUE TO USE OF THE MEDIA-MIX OF ADVERTISING CHANNELS IN THE MODERN MARKET IN THE CONDITIONS OF THE HIGH BUSINESS COMPETITION

Папенкова Кира Эдуардовна
Papenkova Kira Eduardovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: kira_p85@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности использования рекламных каналов продвижения товаров и услуг на рынке в условиях высокой конкуренции и ограниченных финансовых ресурсов.

Abstract: Some features of use of advertising channels for promotion of goods and services in the market in the conditions of the high competition and limited financial resources were shown.

Ключевые слова: конкуренция, реклама, рынок, медиа-микс, эффективность

Keywords: competition, advertising, market, media-mix, efficiency.

На современном рынке компания, производящая товары или оказывающая услуги массового потребления практически во всех отраслях, сталкивается с высокой конкуренцией и значительным превышением предложения над спросом. Эффективным способом выделения своего товара или услуги в общей массе производителей является реклама. Правильно организованная рекламная компания позволяет в короткие сроки окупить вложенные в нее инвестиции и значительно увеличить выручку от реализации товаров и услуг. В общей массе товаров, предлагаемых клиенту на прилавках магазинов или услуг на рынке в первую очередь потребитель обратить внимание на товар или услугу той компании

(бренда), о которых он уже ранее слышал, видел или читал.

Сделать товар или услугу узнаваемой для потребителя позволит реклама. Существует несколько наиболее популярных каналов распространения рекламы: телевидение, интернет, наружная реклама, радио, печатная реклама (СМИ), BTL-каналы. Самый простой способ при наличии большого бюджета использовать максимальное количество рекламных каналов с максимальной частотой. Но такие затраты слишком велики и могут не окупить себя в итоге, а также доступны далеко не всем производителям.

Для создания эффективной рекламной компании нужно в первую очередь понять портрет целевой аудитории, выяснить где можно найти целевую аудиторию, разработать визуальный ряд рекламы и аудио сопровождения и определить наиболее эффективные каналы для продвижения исходя из имеющихся возможностей бюджета, характеристик товара или услуги и портрета целевой аудитории. Все перечисленные действия потребуют привлечения специализированных маркетинговых агентств, но в итоге добиться поставленной цели удастся за счет гораздо меньших затрат, за счет проработки комплекса мер по организации и проведению рекламной компании.

В данной статье рассматривается применение медиа-микса рекламных каналов для увеличения эффективности проведения рекламной компании и использования в медиа-миксе такого канала как наружная реклама, которая позволяет при относительной своей невысокой стоимости контакта добиться большего охвата аудитории, провести геотаргетинг, а также обратить дополнительное внимание потребителя на товар или услуги за счет применения нестандартных визуальных приемов размещения.

Основными преимуществами наружной рекламы является то, что она не раздражает потребителя в такой степени как использование интернет-рекламы, телевизионной рекламы или радиорекламы. Отсутствие раздражения связано с тем, что мы не должны прерывать свои занятия и принудительно обращать на нее внимание. Опрос фонда «Общественное мнение» (ФОМ) показал, что россияне крайне негативно относятся к рекламе на телевидении — только 16% опрошенных смотрят рекламные ролики со звуком. 42% переключаются на другой канал, 28% отвлекаются от телевизора на другие дела, 6% во время рекламной паузы выключают звук и 2% — выключают телевизор. Подавляющее большинство опрощенных (82%) считают, что сегодня реклама на ТВ занимает слишком много времени.

Другим важным свойством наружной рекламы является то, что она дает всплеск так называемого «спонтанного знания» и дополнительную уникальную аудиторию. По данным онлайн-опросов исследовательского агентства Vision наружная реклама является одним из лучших способов достижения этих цели, привлечение уникальной аудитории может достичь 49%. При проведении двухнедельной рекламной компании на носителях наружной рекламы бренд получает заметный прирост «спонтанного знания», другим медиа добиться такого результата при аналогичном бюджете весьма затруднительно. Таким образом, за счет добавления в медиа-микс наружной рекламы бренд может понизить стоимость 1 контакта за счет значительного увеличения аудитории и добавления эффективного охвата. Экономия на стоимости одного контакта при добавлении наружной рекламы, например, к телерекламе может достигать 25% при отсутствии увеличения общего бюджета рекламной компании, а только за счет ее оптимизации и направления части запланированных затрат на проведение компании на наружную рекламу (использования медиа-микса), таким образом, оптимизируются общие затраты на рекламную компания. Но не существует универсального соотношения распределения бюджета в медиа-миксе между различными каналами для всех категорий товаров и услуг. Для проведения расчета оптимального распределения компании следует обратиться в специализированное маркетинговое агентство или привлечь в свой штат соответствующих специалистов способных провести необходимые исследования и расчеты для конкретного бренда с учетом характеристик товара или услуги и портрета целевой аудитории.

Еще одним дополнительным преимуществом наружной рекламы является то, что она

способно повысить качество контакта с потребителем. Наружная реклама не только дает уникальную аудиторию, которая имеет низкий уровень медиапотребления (мало смотрит телевидение, мало слушает радио, не читает прессу, например, молодые социально активные люди, которые много передвигаются в городском пространстве и постоянно видят наружную рекламу), но и способна увеличить качество восприятия и запоминания рекламы в других наиболее популярных медиа-каналах (телевидение, радио, интернет). Если потребитель видит рекламу более чем в одном из источников психологически уровень восприятия повышается за счет синергетического эффекта и остается в памяти на более длительное время.

При планировании рекламной компании нужно помнить, что нет идеально хороших и плохих каналов распространения рекламы, не существует универсального соотношения распределения рекламного бюджета по каналам. Прежде всего нужно знать свою целевую аудиторию, характеристики товара или услуги и доступные каналы распространения рекламы. Схематично на рисунке (рис.1) представлена матрица квадратов эффективности проведения рекламной компании. Каждая компания хочет попасть в квадрат №2, где его затраты будут минимальны, а эффективный охват целевой аудитории максимален. Использование медиа-микса позволяет добиться большего результата при одинаковых затратах на проведение многоканальной рекламной компании и моноканальной рекламной компании.

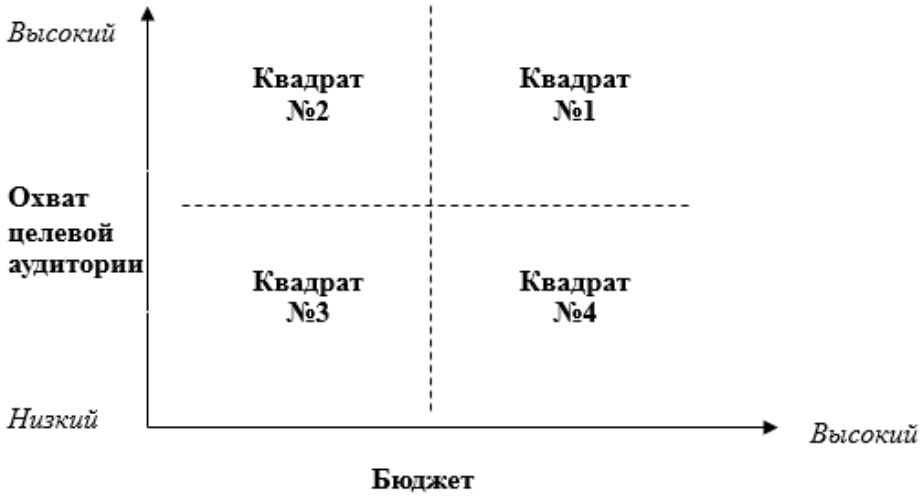


Рис. 1. Матрица эффективности проведения рекламной компании

Грамотное применение медиа-микса позволит компании избежать попадания в квадрат №4, но при этом не стоит и забывать, что случайный или неоправданно большой набор различных каналов распространения реклам неизбежно приведет к неэффективному расходованию бюджета и даст отрицательный результат. Для достижения поставленной цели необходимо хорошо знать и понимать достоинства и недостатки каждого из использованных при проведении рекламной компании медиаканалов, тогда можно рассчитать наиболее оптимальное распределение запланированного бюджета между рекламными каналами и создать оптимальный мидиа-микс.

Список литературы

1. Мария Самохвалова. Большинство россиян раздражает реклама на телевидении // 2014. https://iz.ru/news/574198

2. Исследовательское агентство Vision // 2017. https://www.vision-agency.ru/

УДК 677.074

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
STRUCTURING BUSINESS PROCESSES OF MODERN ENTERPRISE

Першукова Светлана Аркадьевна, Политова Римма Васильевна
Pershukova Svetlana Arkadyevna, Politova Rimma Vasilyevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: noskova-sv1978@mail.ru, rvp25@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены основные направления совершенствования бизнес-процессов на предприятии, проведено структурирование улучшения бизнес-процессов.

Abstract: The main directions of improving business processes in the enterprise are considered, the structuring of business processes improvement is carried out.

Ключевые слова: бизнес-процессы, предприятие, основные процессы, вспомогательные процессы.

Keywords: business processes, enterprise, main processes, auxiliary processes.

Современная экономическая литература под совершенствованием бизнес-процессов (БП) понимает последовательность логически связанных шагов (действий, процедур, операций) по их улучшению и преобразованию для получения заданных конечных результатов. На сегодняшний день не существует единого подхода к совершенствованию бизнес-процесса. Поэтому одновременно используется множество различных подходов улучшений формальных и неформальных БП.

Формальный бизнес-процесс обеспечен чёткой последовательностью операций. Эта процедура оформляется в виде инструкции (регламента). Все сотрудники после тщательного изучения этой инструкции, в своей работе руководствуются записанными в ней положениями.

Неформальный процесс можно осуществлять без существующего регламента. Примером неформального процесса является предложение сотрудника компании о введении скидки от объёма покупки или по другому признаку при отсутствии в компании дисконтной программы. В случае одобрения предложения сотрудника будет составлен регламент дисконтной программы с различными условиями предоставления скидок. Данное решение, при разумном применении, приведет к увеличение оборота компании (для торговых организаций – товарооборота) с увеличением объёма прибыли.

Любое улучшение бизнес-процессов осуществляется в трех основных направлениях, которые отражают его сущность: БП предприятия и его стоимость, БП и длительность во времени, БП – как средство удовлетворенности ожиданий клиента.

Улучшение бизнес-процессов стоимости предприятия актуальным становится в условиях кризиса, поскольку снижение рыночной стоимости предприятия является индикатором предкризисного состояния [1].

Особое внимание необходимо уделять улучшению БП-процессов в направлении времени производственного цикла и жизненного цикла продукции. Планируемые и уже проведённые улучшения БП также вносят дополнительную неопределенностью деятельности организации. Проводимые улучшения БП очень часто завершаются экономией времени производственного процесса или вспомогательных бизнес-процессов.

Хозяйственная среда предприятия (организации) характеризуется соответствующими направлениями бизнес-процессов: финансовыми, информационными, управленческими,

производственно-технологическими, техническими, материальными, закупочными, сбытовыми, складскими, транспортными; бизнес-процессами по обеспечению коммунальными услугами, а также группу бизнес-процессов по влиянию на природу и человека.

На предприятии можно выделить сквозные процессы по главному критерию – перетекания процессом границ нескольких структурных подразделений. Особенно часто выделяются в сквозные процессы проводимые улучшения БП. Преимущества сквозных процессов, в т.ч. улучшения, приведены на рис. 1.

В группу производственно-технологических улучшений бизнес-процессов входят производственные (в рамках производственного процесса), инновационные и технологические бизнес-процессы. Группа улучшений бизнес-процессов по влиянию на природу и человека объединяет: экологические, коммуникативные, социальные, психологические, национальные и эргономические процессы.

Практически в любом улучшении бизнес-процессов задействованы две составляющие: техническая и личностная. Причём в технической составляющей также присутствует личностное влияние обслуживающего персонала.

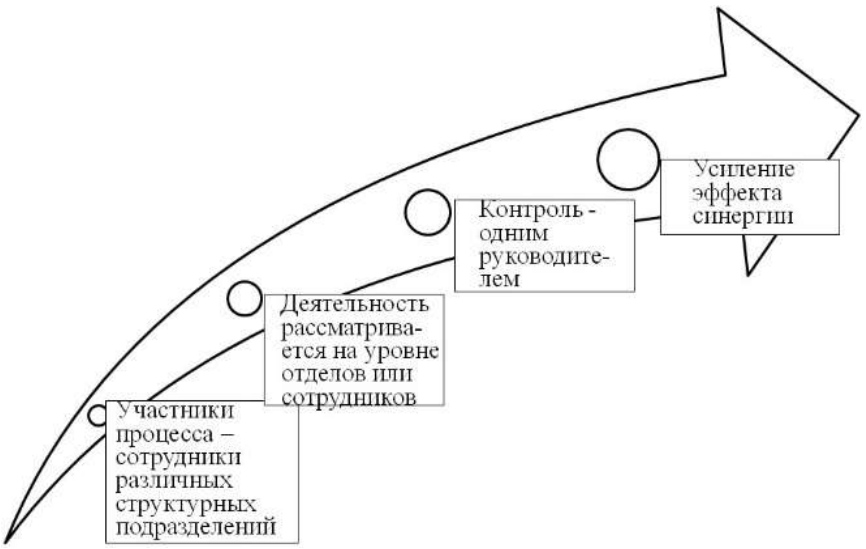


Рис.1. Преимущества сквозных процессов

Все улучшения бизнес-процессов как внутри предприятия, так и вне предприятия, представляют собой подразделяются по отношению к объекту на внутренние и внешние факторы улучшения. Бизнес-процессы организации постоянно развиваются, в окружении и внутренних структурах происходят изменения. На них надо реагировать, анализировать и совершенствовать, в результате чего открываются новые горизонты бизнес-процессов, появляются новые термины и понятийный аппарат. Можно сделать вывод, что анализ улучшения бизнес-процессов – это непрерывный процесс их пересмотра и совершенствования.

В хозяйственной внутренней среде предприятия происходят улучшения сквозных бизнес-процессов управления предприятия в целом с руководством подразделений (производств, бригад, отделов) или руководства этих подразделений между собой, а также между персоналом внутри подразделений. В хозяйственной внешней среде улучшения сквозных бизнес-процессов предприятия-объекта происходят все необходимые операции для осуществления, обслуживания и обеспечения производственного процесса с другими объектами производственно-хозяйственного внешнего окружения.

Выделение сквозных процессов (СП) имеет ограниченную целесообразность эффективностью объединения. При этом деятельность рассматривается как сквозная при

неизменности основного направления деятельности, неизменной технологии и составе участников или постоянно повторяющаяся деятельность.

Внутренние и внешние факторы улучшения бизнес-процессов оказывают разнонаправленное влияние на прибыль предприятия. Изменение одной их части увеличивает прибыль предприятия, а изменение другой их части приводит к снижению прибыли. Для увеличения прибыли за счёт улучшения бизнес-процессов можно измерить затратами. Для предприятий и организаций их количественными характеристиками являются затраты времени, расстояния, силы по их воздействию, а стоимостной характеристикой – затраты в себестоимости продукции [2, с. 285].

Взаимосвязь процессов и проектов представлена на рис. 2.

Рис. 2. Взаимосвязь процессов и проектов

Типовой перечень включает в себя: процесс управления, процессы обслуживания потребителей, процессы развития, производственные процессы, процессы обеспечения и прочие.

В результате проведенного исследования были рассмотрены основные существующие направления улучшения бизнес-процессов на предприятии. В процессе исследования проведено структурирование улучшения бизнес-процессов. В результате можно сделать вывод о том, что бизнес-процессы организации постоянно развиваются и изменяются. На них необходимо реагировать, анализировать и совершенствовать, в результате чего открываются новые горизонты бизнес-процессов, появляются новые термины и понятийный аппарат.

Список литературы

1. *Першукова С.А., Политова Р.В.* Некоторые аспекты структурирования бизнес-процессов современного предприятия // Современные задачи инженерных наук. Сборник научных трудов Международного научно-технического симпозиума "Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности" Международного научно-технического Форума" Первые международные Косыгинские чтения", 2017. С. 44-47.

2. *Политова Р. В.* Методы анализа влияния внутренних факторов на прибыль для оценки потенциала предприятия // Сб. материалов Международной научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2015) Ч.3.– М.: ФГБОУ ВПО «МГУДТ», 2015.

УДК 005.591.1:006.037:338.46

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕГЛАМЕНТАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ
OPTIMIZING THE REGLAMENTACHION OF BUSINESS PROCESSES OF ORGANIZATION IN SERVICES SPHERE

Политова Римма Васильевна
Politova Rimma Vasilevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: rvp25@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены вопросы к созданию, применению, контролю и улучшению регламентов в организациях по обслуживанию населения. Требование оптимизации регламентов включает использование подходов к совершенствованию требований и соотнесению их с текущей ситуацией – актуализацией бизнес-процессов в целом и/или составных операций, а также оценка степени регламентации процессов.

Abstract: Questions to creation, application, control and improvement of regulations in the organizations on service of the population are considered. The requirement to optimize regulations includes the use of approaches to improving requirements and their correlation with the current situation – updating of business processes in General and/or composite operations.

Ключевые слова: бизнес-процессы, регламентация, контроль (аудит) регламентов, актуализация документов, оптимизация регламентов, степень регламентации бизнес-процессов, организация сферы услуг

Keywords: business processes, reglamentation, control (audit) of regulations, updating of documents, optimization of regulations, level of regulation. organization in services sphere

Оптимизация разработки документов и их применения для обеспечения наиболее эффективного функционирования бизнес-процессов (БП) в рамках отдельной организации (компании, фирмы, предприятия) сферы услуг является необходимым условием понимания, наглядного представления операций в БП.

Понятие «бизнес-процесс», как стабильный комплекс взаимозависимых разновидностей операций (действий, процедур), рассматривается по направлению технологического процесса обслуживания запросов потребителя (клиента) – от его начала (входа) к завершению (выходу).

«Регламентация» БП включает разработку нормативно-методических документов (НМД) организации начиная с текстового описания очерёдности действий, ответственности за их качественное исполнение, концепции взаимодействия при выполнении процедур. А также дальнейшего их отражении в разрабатываемых инструкциях и НМД (стандартах, внутренних регламентах организации). Следующими этапами регламентации БП считаются: полное обеспечение процедуры перечисленными документами; разработка карт процессов; выполнение действий, руководство и контроль в соответствии с документами по всем характеристикам деятельности. В ходе развития, преобразования и изменения БП отдельным видом документов выделились модели бизнес-процессов, в том числе и с использованием компьютерных программ моделирования БП. Моделирование применяется в виде текстов, таблиц и графических изображений (схем).

Классификация моделей БП проводится по признакам [1]:

1. по детализации – выделяется для **верхнего уровня** БП, как наиболее обобщающая процессы БД;

2. по составу и с вариативностью логики операций (параллельностью, ветвлением) – **алгоритмическая**;

3. по движению ресурсов – **потоковая** в областях проявления финансовых, материальных, материальных, информационных и других потоков;

4. по назначению закреплённых за исполнителем операций – **функциональная**.

Создание, внедрение и использование БП имеют свои плюсы и минусы (табл. 1). Таблица 1 составлена автором по информации Репина В.В. [2]. При использовании регламентации (особенно на начальных этапах) возникают определённые трудности, поэтому разработка программ действий требуется для их нейтрализации. В дальнейшем могут возникнуть требования изменений и реорганизации по различным внутренним и внешним причинам. Поэтому поддержание в актуальном состоянии (в соответствии с текущими условиями) регламентов фирмы сферы сервиса минимально предотвратит снижение результатов деятельности организации сервиса. А в условиях поддержки сотрудниками изменений создаёт ещё и предпосылки для появления преимуществ перед конкурентами, и увеличения дополнительного дохода организации.

Когда информация по требованиям к выполнению работ отсутствует в документах компании, то выполнение операций является приемлемы во многих случаях (многовариантны). Присутствие такого рода компании деятельность неминуемы значительные потери разнообразных ресурсов (финансово-экономических, материально-вещественных, людских, временных и т.д.). При документировании действий сотрудников в виде текстового описания, оформления порядка действий или создания регламента, важно осознавать необходимость рассмотрения, анализа и корректировки БП с преобразованием имеющихся операций для достижения наилучшего результата. На основе регламентирующих документов контроль переходит из разряда субъективных трудно контролируемых к контролю по объективным требованиям. Следовательно, важно скрупулёзно выявлять и подробно описывать и деятельность сотрудников. Сотрудники выполняют необходимые действия и придерживаются положений регламентирующего их деятельность документа – должностной инструкции. Помимо описания прав и обязанностей сотрудников данного документа, возникает возможность размещения регламента работы сотрудника в Приложении.

Таблица 1. Плюсы и минусы регламентации бизнес-процессов

Характеристики	Плюсы	Минусы
Высокие затраты	увеличение результирующих характеристик из-за снижения потерь при отсутствии чёткого выполнения ключевых процессов	отвлечение средств от насущных проблем
Творчество	предпосылки для делегирования полномочий при хорошо продуманных мероприятий	снижение и слабая выраженность плохо продуманных и обоснованных мероприятий
Инициатива	ожидаемое развитие бизнеса	снижение и слабая выраженность слабо продуманной и обоснованной инициативы, для продвижения требуется много усилий
Подход к работе	единство понимания требований, объективность контроля	ужесточение требований выполнения операций
Команда	согласование взаимодействия владельцев процессов, снижение рисков со сменой руководства и уходом знатоков дела, улучшение подбора и обучение персонала	распад сформировавшейся команды инженерно-технических работников с различной трактовкой требований
Гибкость принятия решений	аудит (контроль), выявление и внедрение улучшений для	низкая управляемость при сопротивлении изменениям

	увеличения результативности действий, возможность создания и использования концепции непрерывного совершенствования, ясность коммерциализации результатов для владельцев бизнеса, высших менеджеров и инвесторов	
Нагрузка на персонал	обнаружение участков безответственности и предотвращение перекрёстной ответственности, предпосылки снижения нагрузки при эффективной автоматизации БП	увеличивается на начальных этапах применения регламентов и после их актуализации
Время выполнения работ	наведение порядка в управленческой деятельности,	увеличивается для руководителей
Удовлетворённость клиентов	при чётком выполнении понятных регламентов повышается	снижается из-за сложности исполнения документов
Информации регламентов	конкурентные преимущества при обслуживании клиентов	возможность потери информации и конкурентных преимуществ

Разработка и экспозиция регламента используется для лучшей концентрации внимания на выполнение его требований при подборе персонала и/или обучения сотрудников. На рисунке 1 приведён пример регламента обслуживания клиентов в ресторане. Чаще всего выполнением этих операций занят официант, поэтому данный регламент помещается как Приложение к должностной инструкции официанта. Другой пример можно привести для владельца процесса – администратора ресторана (рис. 2).

Рис. 1. Пример регламента процесса обслуживания клиентов ресторана

Рис. 2. Пример регламента процесса обслуживания клиентов ресторана

Как у топ-менеджера, у администратора появляются операции по управлению, контролю и изменению бизнес-процессов.

Также оптимизация регламентов также ложиться на его плечи.

На практике проблема потребности в регламентации деятельности предприятия сферы услуг конфликтует с возможностью их использования. Обычно организации сферы обслуживания являются небольшими. Даже при изыскании денежных средств для разработки регламентирующих документов и/или уже наличии регламентов, поддержка их актуальности является очень сложной задачей. Отсутствие людских резервов для проведения этих работ является препятствием для достижения результата.

Потребность изменений ощущается в таких ситуациях многими руководителями. Однако очень часто они стараются разобраться с возникшей проблемой старыми методами. При этом «залатать» возникшую дыру-проблему удаётся с трудом, а со временем их накопления становится ещё труднее. Чаще всего недостаточно регламентируются вопросы принятия эффективных решений.

Адекватному руководителю или собственнику данного бизнеса в рамках популярного движения по развитию организационной культуры для процветания фирмы становится необходимой новой философии комплексности процессного подхода. При этом меняется с фрагментарного на системно-комплексный аспект принятия решений с одновременным улучшением БП (самостоятельно или с помощью консультантов консалтинговых фирм). Необходимость учёта текущей ситуации в компании является основополагающей. Чем больше требуется соблюдать важных потребителям характеристик, тем чётче прописываются документы по функциям деятельности. Чем меньше оговариваются действия, тем менее они осознаны, обоснованы и, следовательно, регламентированы.

Общеизвестно, что из любой безвыходной ситуации имеется бесчисленное количество выходов. Только основная масса людей в стрессовой текущей ситуации не сможет их определить. Для выхода из таких ситуаций вполне возможно использование ранее разработанных антикризисных мероприятий. Однако, если отсутствует получение сигналов об ухудшении ситуации (обратная связь), то отсутствует и заинтересованность для преобразования текущего положения. Процессы, по которым необходима обратная связь, систематизированы [2] по описаниям и представлены на рисунке 3.

Для оценки уровня систематизации (степени регламентированности) по описаниям [2] по группам бизнес-процессов проводится количественная оценка. Вначале выявляется количество групп бизнес-процессов ($К_Г$), затем оценивается необходимое количество БП ($К_{ГН}$) для объекта сферы услуг. Определяется количество имеющихся регламентов БП ($К_Р$) и их

актуализация ($К_{РА}$). Устанавливается количество фактически используемых регламентов ($К_{РИ}$). Формула определения степени регламентированности БП ($С_Р$ в %) в организации определяется по формуле:

$$С_Р = \frac{К_{ГН}}{К_Г} \times \frac{К_{РА}}{К_Р} \times \frac{К_{РИ}}{К_{РА}} \times 100 \quad (1)$$

Рис. 3. Перечень управленческих процессов для установления обратной связи по регламентации бизнес-процессов

Такая оценка проводится по каждому из функциональных направлений. Например для ресторана можно выделить 8 функциональных направлений: компания в целом, маркетинг и средний чек, технологический процесс готовки блюд, закупка и транспортная логистика, технологическое (техническое) обеспечение, управление финансами, управление персоналом, управление компанией. Допустим, для небольшого ресторана выявлено по одному из функциональных направлений: $К_{ГН}$=4, $К_Г$=8, $К_{РА}$=6, $К_Р$=9, $К_{РН}$=3, тогда степень регламентированности равна 16,7 % ((4/8)×(6/9)×(3/6)×100). Эта величина недостаточна для оптимизации процессов регламентации в организации сферы услуг. Величина $С_Р$ может достигать значения 80-90 % [2]. Проведя оценку по каждому из направлений результаты представляются на 8-ми лепестковой диаграмме. И по величине луча делается заключение о необходимости регламентации функции. Оптимальный их размер устанавливается опытным путём, но величина 50-75 % понимается в рамках достаточной величины для достижения эффективности деятельности.

Следовательно, процесс разработки, использования бизнес-процессов, регламентации и актуализации функциональных направлений деятельности напрямую имеет выход на величину результатов хозяйственной деятельности любой организации.

Список литературы

1. Кондратьев В.В, Кузнецов М.Н. Показываем бизнес-процесс // 2008. https://marketing.wiki reading.ru/2622

2. Репин В.В. Бизнес по правилам: регламенты должны работать: практич. пособие / 201**9**. http://znanium.com/catalog/product/1003265

3. Репин В.В. Моделирующая сессия // ECM-Journal. 2013.10.22. https://ecm-journal.ru/docs/ Modelirujushhaja-sessija.aspx

УДК 331.101

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
THE FORMATION OF THE COMPETENCY MODELS IN ORGANIZATIONS AS THE TOOL OF DEVELOPMENT OF LABOR POTENTIAL

Пришляк Елена Анатольевна
Prishlyak Elena Anatolyevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: elenapri@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности формирования модели компетенций, ориентированной на развитие трудового потенциала. Показано, что компетенции удобно формулировать на основе содержания трудового потенциала. Выполнено описание возможностей по использованию компетентностного подхода в процедурах принятия кадровых решений.

Abstract: The features of the formation of the competence model focused on the development of labor potential are considered. It is shown, that it is convenient to formulate competences on the basis of the content of labor potential. The description of possibilities for the use of competence-based approach in the procedures of personnel decision-making is performed.

Ключевые слова: трудовой потенциал, компонент трудового потенциала, компетентностный подход, компетенция, кадровые решения.

Key words: labor potential, component of labor potential, competence approach, competence, personnel decisions.

Анализ и оценка трудового потенциала предполагают систематизацию сведений обо всем персонале предприятия, сопровождаемую градацией его основных групп с учетом профессиональных знаний и умений. Анализ трудовых возможностей работников ориентирован в первую очередь на принятие управленческих решений, касающихся совершенствования кадровой составляющей производства. Управленческие решения принимаются на основе количественных ассоциативных оценок с построением статистических прогнозов и использованием временных рядов. В кадровой сфере использование статистических методов выявления и оценки взаимосвязей затруднено из-за наличия субъективных мнений специалистов и руководителей. Методы статистического анализа потенциальных возможностей работников в производственно-хозяйственной деятельности слабо пригодны вследствие следующих причин:

- статистические данные в отношении трудового потенциала собирать трудно, особенно с учетом наличия субъективности такой категории, как потенциал;
- для процедур анализа необходимо иметь подготовленных специалистов, обладающих профессиональными знаниями и умениями в области управления кадрами, а также навыками выполнения глубокого статистического анализа;
- условность получаемых результатов, что типично для выборочных данных, полученных методами статистического анализа, созданными на основе кривой нормального распределения;
- отсутствие достаточного числа методик анализа трудового потенциала, имеющих апробацию на предприятиях реального сектора экономики.

Развитие образовательного, мотивационного, творческого потенциалов работников способствует значительному улучшению потенциала предприятия в кадровой сфере. Профессиональные навыки участников трудовых процессов ведут к совершенствованию

профессионально-квалификационной структуры кадров и сохранению наиболее активной части персонала. Наибольшее применение в кадровой сфере нашло использование ассоциативных оценок и субъективных мнений специалистов и руководителей. Опыт прошлого (ближайшего и отдаленного) дает возможность оценить текущую ситуацию. Субъективные мнения руководителей накладываются на опыт прошлого, ограничивая возможности гибко реагировать на изменения в качестве трудового потенциала. Чтобы трудовой потенциал соответствовал требованиям производственной деятельности, необходимо повышать заинтересованность работников в труде. Для этого следует активизировать их творческие способности и укреплять взаимодействие, осуществлять сотрудничество всех уровней управления при подготовке и принятии хозяйственных решений, способствовать быстрой и качественной передаче и обработке информационных данных по кадровым вопросам, усиливать стимулирование к трудовой деятельности, обращая внимание на материальное стимулирование и социальную заинтересованность персонала. Решение перечисленных задач направлено на сведение в единую систему целей предприятий и возможностей работников осуществлять эффективную деятельность посредством усиления внимания к кадровой составляющей производства.

На существующем этапе развития теории трудового потенциала затруднения вызывают прикладные разработки. Их создание и использование важно для любой теории, затрагивающей проблемы труда. Определенным связующим звеном между теоретическими разработками и прикладными использованием служит компетентностный подход, позволяющий формулировать компетенции исходя из внутреннего содержания социально-экономических категорий [3]. Отсутствие практических методик затрудняет проверку теоретических выкладок и возможность их практического внедрения. Например, чтобы определить взаимосвязь между человеческим капиталом и трудовым потенциалом, следует выделить характеристики кадрового состава, которые соответствовали бы структуре обоих социально-экономических образований [4]. Для определения таких компонентов целесообразно определять характеристики человека, являющиеся значимыми в процессе осуществления эффективной трудовой деятельности [1]. Можно выделить качества работников, на которых концентрируется внимание руководящего звена, т.е. компонентов трудового потенциала, выполняющих важные для формирования имиджа должностные обязанности.

Любая организация, занимающаяся хозяйственной деятельностью, обладает трудовым потенциалом, который анализируется и оценивается, после чего на основе полученных результатов принимаются управленческие решения. Качество трудового потенциала меняется в связи с межотраслевыми перемещениями кадров, перемещениями специалистов высокой квалификации, ухудшением или улучшением профессионально–квалификационной ситуации на предприятиях, изменениях в демографической структуре трудовых ресурсов. Поэтому постоянно требуется вносить изменения в актуальную структуру компетенций, корректируя их с учетом требований, предъявляемых к профессиональным навыкам.

Полученные при анализе трудового потенциала результаты следует рассматривать применительно к условиям конкретного предприятия. Качественная структура персонала способствуют росту благосостояния работников, поэтому усиление внимания к кадровому составу являются средством улучшения экономического и социального благополучия людей. Со временем меняется уровень мотивации работников, например, по мере повышения качества жизни и условий труда. В производственных условиях сдвиги в ценностных приоритетах персонала приводят к несоответствию между качественными изменениями в структуре персонала и ассортименте выпускаемой продукции.

Рассмотрение отдельных компонентов трудового потенциала и соотнесение их с различными показателями дает дополнительные преимущества для руководящего состава. Возможно выделять компоненты, выражаемые как количественными, так и качественными показателями [2]. К наиболее известным относятся здоровья, нравственность, возраст, опыт, стаж работы, профессионализм. Творческий потенциал удобно определять числом поданных

идей и затратами на их внедрение. Стаж работы и возраст обычно характеризуются числом лет, профессионализм определяется ставкой оплаты труда, а так же оценочными суждениями руководства. Здоровье характеризуется процентом потерь рабочего времени по болезням. Такой неоднозначный компонент, как нравственность, выражается процентом потерь рабочего времени из-за прогулов или нарушения трудовой дисциплины, и т.д. Вследствие большого числа компонентов целесообразно выполнять отдельные исследования, касающиеся возможностей выделения компетенций с учетом содержания компонентов.

Чтобы добиться улучшения потенциала, на начальном этапе анализа потенциальных трудовых возможностей выбираются компетенции, необходимые для представления компонентов, и определяется содержание трудового потенциала. Затем формируется перечень ключевых профессиональных, личностных, общечеловеческих, психофизиологических характеристик. С ними соотносятся компетенции, отвечающие требованиям, предъявляемым к должностным обязанностям.

По каждой из компетенций целесообразно устанавливать возможные альтернативы принятия управленческих решений и определять примерные ожидаемые результатов. В ряде случаев удобно определять эталонные характеристики трудового потенциала, способствующие развитию профессионализма работников конкретной организации. Сформулированный на их основе перечень компетенций выступает в качестве ориентира при принятии кадровых решений.

При определении перечня компетенций возможно появление разнообразных промежуточных проблем, с необходимостью решения которых сталкиваются руководители различных уровней. В сфере управления персоналом к наиболее типичным проблемам относятся:

– несоответствие подготовки работников квалификационным требованиям, определяемых по трудовым стандартам;

– наличие затрат, касающихся повышения квалификации и профессиональной переподготовки персонала;

– увольнение высококвалифицированного персонала, связанное с конкуренцией на рынке труда;

– повышенные затраты на организацию и проведение стандартных процедур набора, отбора и найма персонала;

– наличие периода адаптации сотрудников;

– наличие социально-психологической напряженности в коллективе, например, сопровождаемой борьбой за конкурентные преимущества на внутреннем рынке труда;

– наличие сбоев в процессе выполнения трудовых функций;

– снижение уровня мотивации к выполнению трудовых обязанностей.

Для руководителей предприятий реального сектора экономики могут быть выбраны компетенции, отображающие специфику их профессиональных обязанной. Например, к ним можно отнести следующие компетенции.

1. Умение повышать качество трудовой деятельности без снижения мотивации персонала к выполнению трудовых обязанностей.

2. Умение четко формулировать проблемы и определять подходы к их решению.

3. Умение создавать и развивать систему эффективного управления кадрами.

4. Умение создавать привлекательный образ работника и всей организации в целом.

Использование схемы формулирования компетенций на основе компонентов трудового потенциала позволяет выполнять текущую переоценку выбранных критериев в управлении персоналом, касающуюся создаваемого образа. Полученная информация является составной частью информационной модели развития трудового потенциала. Подобная информационная система характеризует совокупное влияние трудового потенциала на принятие кадровых решений, отобранных по выбранным критериям оценки, а также на результат деятельности по развитию трудового потенциала.

Инструментарий оценки возврата на вложения, отличающийся от традиционных методов, совершенствуется в связи с развитием новых технологий, а процесс управления работниками приобретает новые формы, что требует принципиально новых знаний. Если рассматривать управление процессом развития персонала как процедуру, основанную на инновационных технологиях, необходимо строить оценки потенциала на объективных данных. Результаты оценки персонала без выделения потенциальных трудовых возможностей могут оказаться не

только субъективными, но и ошибочными. Решения, которые принимают руководители по поводу инвестиций в обучение кадрового состава и развитие технологий управления кадрами, нередко становятся рискованными в долгосрочном периоде [5]. Область изучения человеческих ресурсов является междисциплинарной, поэтому подходы к инвестициям в обучение, с которым связываются процедуры управления кадрами, требуется увязывать с развитием трудового потенциала.

В связи с данными особенностями существует потребность в выработке показателей, характеризующих трудовые возможности работников. В практике деятельности многих предприятий, занимающихся разработками, затрагивающими вопросы создания инструментария оценки потенциала работников, существуют разнообразные кадровые методики. В силу того, что подобные разработки стоят дорого и приносят значительный эффект, их скрывают под грифом «коммерческая тайна». В учебной литературе и в сети Internet существует достаточное количество наработок для открытого доступа. Но существенным недостатком кадровых инструментов открытого доступа является то, что они насыщены теоретическими рассуждения, затрудняющими их понимание и практическое использование.

Важным этапом в процессе разработки моделей компетенций и выработки индикаторов является сбор необходимой информации, связанной с непрерывными изменениями качества трудового потенциала. Для успешной реализации этого этапа могут быть применены разнообразные методы, способы, алгоритмы. Из наиболее распространенных способов сбора информации можно выделить:

• проведение общих собраний для оповещения сотрудников о предстоящих проектах в области развития трудового потенциала и выработки способов выделения конкурентных преимуществ работников;

• проведение опросов руководителей, специалистов, работников, выполняемых с помощью анкетирования;

• сбор и структуризация информации на основе анализа работ по текущим проектам;

• анализ выполняемых задач и разбор конкретных примеров при выполнении текущих трудовых задач, выявление характеристик персонала, необходимых для выполнения определенных видов работы и выделения компонентов трудового потенциала;

• периодические собеседования с сотрудниками, имеющими наивысшую квалификацию и лучшие показатели результативности трудовой деятельности;

• выделение системных факторов, влияющих на поведение сотрудников в стандартных ситуациях (связанных с текущим выполнением трудовых функций).

Приведенный перечень требует создания стандартов поведения работников в трудовом коллективе, что предоставляет возможность формулировать необходимые компетенции и объединять их в кластеры. Выделение компетенций предоставляет возможности для выделения и оценивания компонентов трудового потенциала и моделирования его содержания, что повышает качество принятия решений в процедурах управления кадрами.

Список литературы

1. *Кащеев П.О., Белгородский В.С., Радько С.Г.* Человеческое развитие как неотъемлемый фактор обеспечения роста производительности труда // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. № 3 (375), 2018. С. 15-22.

2. *Радько С.Г.* Трудовой потенциал как социально-экономическая категория. СПб.: Просвещение, 2010. 140 с.

3. *Радько С.Г.* Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования. М. СПб. Нестор-История, 2014. 204 с.

4. *Радько С.Г., Дембицкий С.Г., Пришляк Е.А.* Компетентностный подход к формированию человеческого капитала. М. РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. 171 с.

5. *Радько С.Г., Мишаков В.Ю.* Выделение трудовых рисков при выполнении функционально-стоимостного анализа системы управления // Дизайн и технологии. 2018. № 63 (104). С. 102-110.

УДК 331.101

ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛИЗМА РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ КОМПЕТЕНЦИЙ
HUMAN CAPITAL AND FORMATION OF THE LABOR POTENTIAL

Пришляк Елена Анатольевна, Радько Сергей Григорьевич
Prishlyak Elena Anatolyevna, Radko Sergei Grigorievich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: elenapri@mail.ru; skif13717@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности оценки профессионализма работников с использованием инструментария компетентностного подхода. Определены основные направления кадровой политики, касающиеся оценки профессионализма работников. Показано, что положения теории человеческого капитала и трудового потенциала могут быть использованы для оценки профессионализма работников на основе модели компетенций.

Abstract: The features of the assessment of the professionalism of workers using the tools of competence approach are considered. The main directions of personnel policy concerning the assessment of professionalism of employees are defined. It is shown, that the provisions of the theory of human capital and labor potential can be used to assessment the professionalism of workers on the basis of the competence model.

Ключевые слова: профессионализм, работник, компетенция, модель компетенций, компетеностный подход.

Keywords: professionalism, employee, competence, competence model, competence approach.

Компетентностный подход известен на протяжении многих лет, получая все более широкое распространение в различных областях человеческой деятельности. В рамках компетентностного подхода создаются модели, являющиеся адекватным способом описания результатов образования и оценки профессиональных навыков работников.

Обычно компетенции трактуются как единый язык для представления уровней профессионализма работников. Для руководителей, стремящихся обеспечить устойчивое функционирование субъектов хозяйственной деятельности в жестких конкурентных условиях, требуется иметь инструментарий, позволяющий выполнять анализ знаний, умений и опыта подчиненных. Компетентностная модель является структурированной совокупностью информации, отображающей ключевые навыки специалистов в рамках представления профессиональных знаний в части требований, предъявляемых к работникам.

В табл. 1 представлены основные направления политики организаций (предприятий) в сфере развития компетентностного подхода и выработки моделей, затрагивающих проблематику выделения профессиональных преимуществ работников, а также принципы, которым при этом требуется следовать.

Таблица 1. Основные направления политики в сфере развития компетентностного подхода

№	Принцип	Описание направлений политики в сфере развития компетентностной модели
1	Практических достижений	Наличие опыта, касающегося развития трудовых возможностей работников, соответствующих целям субъектов хозяйственной деятельности в области использования компетентностного подхода
2	Индивидуальности	Наличие возможностей (инструментария) выделения трудовых

		навыков работников и формулирования компетенций
3	Конкурсности	Наличие подходов, позволяющих осуществлять отбор кандидатов на конкурсной основе с учетом опыта, знаний и умений, отображенных в компетентностной модели
4	Ротационности	Планомерная смена должностей по вертикали и горизонтали с сопутствующей идентификацией элементов организации деятельности по определению профессиональных навыков специалистов
6	Индивидуальной подготовки	Учет качества индивидуального трудового потенциала, определение возможностей и способов его развития с учетом профессионализма и характера трудового взаимодействия работников
7	Обязательности практической деятельности	Выполнение практической деятельности, касающейся стажировки на различных должностях в сфере применения умений, навыков и профессионального опыта
8	Соответствия должности	Создание резерва на соответствующие должности при выполнении индивидуальных программ, касающихся развития трудового потенциала и выделения компетенций
9	Регулярности	Регулярная оценка профессиональных знаний, практических навыков, личностных и психофизиологических характеристик работников, соответствующих значимым компетенциям
10	Отбора технико-экономических показателей	Оценка результатов деятельности работников на основе технико-экономических показателей деятельности субъектов хозяйственной деятельности; создание системы показателей с учетом критериев, характеризующих особенности выделения ключевых критериев профессионализма работников

Важным этап в процессе разработки моделей компетенций и выработки индикаторов профессионализма является сбор необходимой информации, что связано с непрерывными изменениями качества трудовых возможностей кадрового состава. Собираются данные о событиях, результаты которых оказались важными и значимыми для разработки модели компетенций. В модели компетенций следует учитывать разнообразные нестандартные ситуации, затрагивающие реакцию работников на конкурентную среду. Это позволяет комплексно прогнозировать поведение и определять навыки, требуемые для профессионального выполнения работы. Для получения модели компетенций удобно использовать метод выделения профессиональных навыков работников, дающий возможность определять умения и навыки, градуированные по отношению к работникам с разным уровнем квалификации, различающихся личностным характеристикам по группам сотрудников. По полученным результатам на основе выявленных поведенческих примеров формируются поведенческие индикаторы и строятся шкалы для измерения компетенций. Для успешной реализации компетентностного подхода и построения модели компетенций могут быть применены разнообразные методы, способы, алгоритмы. К основным из них относятся:

- разработка и проведение тестов, касающихся определения поведенческих индикаторов наиболее эффективных сотрудников, которые в последующем будут использованы при разработке модели компетенций;
- анализ информации о решаемых в организации задачах с построением дерева целей, характеризующим работу отдельных работников в разрезе конкретных трудовых задач;
- анализ организационной, технической и технологической документации, касающейся трудовой деятельности;
- наблюдение за сотрудниками в ходе трудовой деятельности, совещаний, участия в работе рабочих групп и т.д.;

- «мозговой штурм», предполагающий постановку определенной проблемы по определению содержания компетенции (кластера компетенций или поведенческих индикаторов), с наилучшим результатом может быть выполнен среди руководителей подразделений и сотрудников, в обязанности которых входит решение сложных трудовых задачи;
- собеседование с руководителями высшего и среднего уровней, касающееся исследований внутренних взаимосвязей модели поведения работников, способствует определению будущих изменений в сфере труда и оценки их влияния на сотрудников, а так же определению компетенций, необходимых для обеспечения успешного развития профессионализма в перспективе.

Основанием для выделения квалификационного потенциала и построения модели компетенций являются положения теории труда, согласно которым существует множество составляющих (компонентов) потенциала работника, наличие которых, их сочетание и степень важности ставятся в зависимость от целей управления кадрами, управления персоналом, вида трудовой деятельности работника и ряда других факторов. В качестве обобщающих компонентов удобно использовать личностные, психофизиологические и профессионально-квалификационные характеристики работника.

Чтобы воспользоваться каким-либо аппаратом выделения компетенций и построить компетентностную модель, удобно использовать экономико-математический инструментарий анализа разнообразных социально-экономических образования. Среди подобных социально-экономических категорий важное место занимают человеческий капитал и трудовой потенциал, объективный анализ и оценка которых являются условиями развития производства, регулирования трудовой сферы, устранения разнообразных кадровых рисков и выделения профессиональной составляющей производства.

Так как методы оценки человеческого капитала несовершенны, требуется развивать новые подходы и процедуры. Метод приведения к текущей стоимости в существующем виде для оценки человеческого капитала мало пригоден в практическом использовании, но он может быть рассмотрен с точки зрения использования в области выделения компетенций. Производственная деятельность человека представляет собой один из наиболее ярких примеров использования человеческого капитала и в наибольшей степени отражает его результативность. Интересно, что человеческий капитал оценивается с упором на какой-то исходный момент вложений в него, например, момент получения работы или начало получения образования, что всегда дает отправную точку для расчетов. В научной практике существует мнение, что человеческий капитал можно трактовать как реализованный трудовой потенциал. Без своей реализации человеческий капитал бесполезен как для общества, так и для самого работника. Категория человеческого капитала может быть оценена при соблюдении одного из двух условий:

1) реализации трудового потенциала с целью достижения выгоды для его обладателя:

2) реализации трудового потенциала с целью достижения выгоды для организации (общества).

Степень развития компонентов является критерием развития как человеческого капитала, так и трудового потенциала. Содержание характеристик потенциальных трудовых возможностей удобно положить в основу компетенций. Особенности структуры трудового потенциала определяются исходя из типовых особенностей трудовых качеств работников, максимально полный перечень компонентов может послужить основой для формирования списка компетенций.

Приведенные особенности реализации трудового потенциала могут быть выражены через компетенции, отражающие способности человека правильно решать трудовые задачи. Для развития человеческого капитала нужны практические подходы, позволяющие сопоставлять компетенции по выбранным критериям, сравнивая их как между собой с учетом выбранных составляющих трудового потенциала. Сегодня существует много организаций со штатом, на которых результативность определяют по нескольким наиболее

профессиональным работникам. В качестве примера к ним можно отнести главного бухгалтера, менеджера высшего звена, специалистов по компьютерным технологиям высокого класса, наиболее опытных рабочих. Подобный состав позволяет оценивать риски при использовании любого работника, обладающего соответствующим квалификационным потенциалом.

Руководство организации может выполнять анализ и прогнозирование развития внутреннего рынка труда, анализ технологической сферы, экономическое прогнозирование и оценку рисков данных мероприятий. Для выявления риска возникновения сбоев в процессе управления сферой труда можно воспользоваться анализом компонентов трудового потенциала, оказывающих наибольшее влияние на возникновение трудовых рисков. На начальном этапе определяется связь компонентов трудового потенциала с возможностью возникновения риска. Риск проявляется при ухудшении показателей использования профессиональных навыков работников и это позволяет оценивать величину возможных потерь при фактических отклонениях показателей от нормативной, эталонной или целесообразной величины. Выбор компонентов осуществляется исходя из поставленных целей управления кадрами и значимости компонента. Определение важности компонентов осуществляется методом функционально-стоимостного анализа или иным методом, позволяющим осуществлять выборку компонентов с учетом их ценности для реализации основных производственных целей. Каждый компонент может быть увязан с соответствующей компетенцией, значимой в той или иной степени для реализации целей организации.

Во множестве научных работах, затрагивающих кадровую сферу, постулируется значимость трудового потенциала и необходимость его развития в краткосрочной и долгосрочной перспективах. Анализ факторов конкурентоспособности работника и его профессионализма позволяет формировать систему показателей для исследования и оценки конкурентоспособности работников. При формировании концепции построения компетентностных моделей в процессе разработки системы оценки знаний, умений и навыков кадрового состава следует учитывать подходы, которые позволяли бы заложить в основу модели наиболее эффективные решения, накопленные теорией управления и практикой развития трудового потенциала. Например, институциональные решения, позволяющие учитывать интересы участников системы управления и адаптировать сферу управления кадрами к насущным потребностям отдельных работников. Важен системный подход, обеспечивающий функционирование системы в единстве составляющих ее частей и внешней средой. Отметим процессный подход, предполагающий реализацию функций управления, выступающих как отображение общих, характерных для любого управленческого процесса элементов, включающих планирование, организацию, контроль и мотивацию. Компетентностная модель позволяет увязывать частные, характерные для данного вида деятельности кадровые особенности субъекта хозяйственной деятельности (информационные, производственные, коммуникационные).

С развитием рыночных отношений конкуренция на рынке труда значительно расширяется, охватывая не только ценовые и качественные характеристики работников, но и процесс трудоустройства. Компетентностная модель позволяет определять конкурентные преимущества и потенциал конкурентоспособности в отношении каждого конкретного работника. В рамках построения компетентностей модели целесообразно использовать подходы, дающие возможность исследовать особенности выработки профессиональных навыков работников, выявлять и исследовать структуру конкурентоспособности каждого отдельного работника. Результаты апробации компетентностных моделей на протяжении длительного периода позволяют сделать вывод об их практической пригодности или непригодности, а также возможности адаптации к решению различных исследовательских задач.

Дальнейшее развитие проблематики компетентностного подхода, включающее обязательное построение модели компетенций, целесообразно проводить в направлении

совершенствования методов и технологий в рамках системы управления кадрами, позволяющее формировать и поддерживать уровень профессиональной конкурентоспособности работников, требуемый для реализации производственных и организационных задач.

Список литературы

1. *Пришляк Е.А., Радько С.Г.* Многоуровневая модель управления человеческим капиталом // Научный журнал «Дизайн и технологии». 2018. № 64 (106). С. 96-104.
2. *Пришляк Е.А., Степанова Е.Э.* Внешние факторы развития человеческого капитала в России. Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы / под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е.. М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. С. 164-169.
3. *Радько С.Г.* Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования. М. СПб. Нестор-История, 2014. 204 с.
4. *Радько С.Г., Дембицкий С.Г., Пришляк Е.А.* Компетентностный подход к формированию человеческого капитала. М. РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. 204 с. 171 с.

УДК 331.1

ГУМАНИЗАЦИЯ УСЛОВИЙ ТРУДА В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА
HUMANIZATION OF WORKING CONDITIONS IN THE SPHERE OF PRODUCTION

Пурыскина Валентина Анатольевна
Puryskina Valentina Anatolevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: valya076@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности гуманизации труда применительно к сфере производства. Показано, что проблематика гуманизации труда имеет важное значение для производственной деятельности с точки зрения реализации потенциальных трудовых возможностей работников. Обоснована необходимость выделения рисков, касающихся разнообразных аспектов гуманизации трудов и снижения негативных последствий управленческих решений.

Abstract: The features of humanization of labor in relation to the sphere of production are discussed. It is shown that the problem of humanization of labor is important for production activities in terms of the implementation of the potential labor opportunities of workers. The necessity of allocation of the risks concerning various aspects of humanization of works and reduction of negative consequences of administrative decisions is proved.

Ключевые слова: гуманизация труда, производство, трудовой потенциал, риск, жизнедеятельность человека.

Keywords: humanization of labor, production, labor potential, risk, human activity.

Жизнедеятельность человека неразрывно связана с процессами труда, относящимися к производству материальных и духовных благ, затрагивающими разнообразные вопросы удовлетворения потребностей как отдельного индивида, так и общества в целом. В процессе трудовой деятельности работники развиваются, приобретают новые навыки, раскрывают свои способности, пополняют и обогащают знания. Творческий характер труда находит свое выражение в рождении новых идей, появлении прогрессивных технологий, более совершенных и высокопроизводительных орудий труда, новых видов продукции, материалов, энергии, которые, в свою очередь, ведут к развитию потребностей. Одной из

важнейших составляющих производственного процесса являются условия труда, определяющие реакцию организма человека на внешние воздействия при затрачивании им жизненных сил по решению поставленных задач. От условий труда зависит результат трудовой деятельности, общая продолжительность жизни, состояние трудоспособности, физиологического здоровья, период социальной активности и многое другое [2].

Условиями труда называются характеристики производственного процесса и производственной среды, воздействующие на сотрудника предприятия [1]. Соответственно под гуманизацией условий труда понимается создание таких условий на рабочем месте, при которых внутренняя и внешняя среда максимально приспособлены к человеку, при этом в процессе трудовой деятельности минимизировано влияние элементов трудового риска. Гуманизация условий труда заключается в создании правильных социальных и производственных условий при организации рабочего места с целью лучшего использования потенциальных возможностей работника, повышения его результативности труда и снижения трудоемкости продукции.

Перед предприятиями реального сектора экономики стоят принципиальные задачи по постоянному повышению качества управления трудовыми ресурсами и гуманизации труда, и от решения существующих проблем зависит эффективность производственной деятельности. Безопасность реального сектора экономики является крайне значимой для абсолютного большинства экономико-производственных систем. Выполнение задач, касающихся устранения негативных последствий проявления риска в сфере труда подразумевает постоянное совершенствование методов оценки рисков с приоритетом улучшения условий труда.

В экономической теории отсутствует единое определение риска, при этом распространенным является подход, основанный на статистическом инструментарии. Согласно данному подходу, риск определяется как вероятность или неопределенность того или иного исхода. Помимо финансовых, существует большое количество иных рисков, так или иначе связанных с человеческой деятельностью, и в первую очередь, связанных с гуманитарными аспектами труда. Кадровые риски на предприятии зависят от большого числа внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на производственную деятельность. В сознании обычного человека категория «риск» имеет сугубо отрицательное значение. Отсюда под риском формирования и управления кадрами понимается возможная опасность не достижения поставленной предприятием цели, вызванная действиями руководящего состава по формированию и развитию системы управления кадрами [5].

Значимым является тот факт, что по мере развития сферы знаний человека рисков становится все больше, хотя в значительной степени данное восприятие является иллюзорным, зависящим от ощущений человека и окружающей действительности. Рассматривая деятельность предприятия, можно отметить, что значительная части рисков связана с деятельностью кадрового состава. Преодоление негативных последствий принимаемых решений во многом зависит от понимания того, что же из себя представляет конкретный риск. На сегодняшний день выработаны различные систематизированные перечни рисков в различных сферах человеческой деятельности, характеризующие разновидности рисков и причины их проявления. По мере расширения сферы человеческих знаний появляется необходимость выделения рисков, сказывающихся на результативности работников.

Важными для реализации поставленных предприятием целей являются риски, связанные с недостатками сбора и обработки информации в трудовой сфере. Объясняется это тем, что при неверной информации решения со значительной вероятностью приведут к негативным последствиям. Требуется обращать внимание на процедурные особенности сбора и обработки данных, что непосредственно связано с проблемами гуманизации труда.

Возможности интерпретации рисков, приводящих в определенных ситуациях к несоответствиям и несогласованности целей или действий руководящего состава, различаются по сферам приложения трудовых навыков. Сложным при выделении рисков

является то, что в процессе их исследования требуется четко отслеживать логику явлений и классифицировать внешние и внутренние относительно предприятия факторы. Факторы, определяющие условия труда и одновременно содержание риска, требуется систематизировать и оценивать.

Эффект от гуманизации усиливается благодаря сохранению здоровья и работоспособности работника, экономии живого труда путем повышения уровня использования рабочего времени, продлению периода трудовой активности человека, экономии общественного труда путем повышения качества продукции, улучшению использования основных производственных фондов, уменьшению числа аварий. Осуществление системного подхода позволяет измерять, учитывать и контролировать затраты на управление кадрами предприятия, а также создавать механизм контроля и измерения качества трудовых процессов. Адекватная и своевременно получаемая информация о происходящих изменениях способствует формированию стратегии предприятия и реализации ее в конкретной динамической ситуации, оптимизации решения вопросов управления, снижению производственного и трудового риска в ситуации неопределенности [3].

Целенаправленный процесс принятия кадровых решений по управлению персоналом и созданию системы эффективного коммуникативного взаимодействия невозможен без учета разнообразных характеристик трудовой деятельности работников и адаптации условий труда к потребностям человека. Занимающиеся производственной деятельностью субъекты рыночных отношений особое внимание должны уделять формированию системы качественного информационного обеспечения, влияющего на эффективные взаимодействия на основе трудовых возможностей работников.

Огромное экономическое значение имеет улучшение условий труда, повышение его безопасности и безвредности, что позволяет добиться роста производительности труда, качества продукции и оптимизации её себестоимости. Важнейшей характеристикой условий труда является безопасность деятельности человека [1]. В научной литературе представлено множество классификаций факторов производственной среды и трудового процесса. А.И. Рофе дает наиболее подробное разделение факторов условий труда по четырем группам с учетом разделения аспектов сущности трудового процесса на естественно-природные, социально-экономические, производственные и социально-психологические [7]. Каждый в отдельности взятый фактор условий труда может оказывать как косвенное, так и прямое воздействие на состояние работника. Длительное систематическое воздействие негативных факторов (таких как шум, вибрация, резкие колебания температуры, пыль и т.д.) ведут к появлению стойких нарушений функционального состояния организма работающих, к профессиональным заболеваниям или даже инвалидности. Напротив, хорошо обустроенное рабочее место, оснащенное современным удобным и эффективным оборудованием, с эстетически выразительным внешним видом машин, механизмов, инструмента, помещений, рабочей одежды способствует более легкой и продуктивной работе.

Непосредственное влияние на работоспособность оказывают организационные факторы условий труда, связанные с дополнительными расходами или экономией физической и нервной энергий в зависимости от производственных решений. Организация комфорта на производстве и повышение настроения людей возможны за счет рационального разделения и кооперации труда, хорошей организации рабочих мест и их обслуживания, эффективных приемов и методов труда, научного обоснования норм, режимов труда и отдыха, организации технологических процессов и организации управления. При этом не стоит забывать, что материальное стимулирование напрямую связано с результативностью труда и качеством трудовой жизни. А качество трудовой жизни характеризует степень удовлетворения личных потребностей и интересов работника посредством труда в данной организации.

Перед предприятиями в условиях нестабильного состояния внешней среды возникает задача изыскания внутренних резервов для удержания работников и дальнейшего развития.

Одним из таких внутренних резервов является трудовой потенциал, качество которого может быть выражено совокупностью технико-экономических показателей [4]. Работник ожидает от организации выполнения определенных действий (выплата заработной платы, продвижение по службе, социальная защищенность и т.д.). В процедурах развития трудового потенциала при наличии соответствующих показателей возможно выявить особенности управления коммуникативным взаимодействием с использование компетентностного подхода [6]. Однако при этом проявляется проблема выявления недостатков в организации труда сотрудников и оценки их профессиональных качеств [3].

Гуманизация условий труда обуславливается двумя основными обстоятельствами: во-первых, возникают новые параметры протекания производственного процесса, обеспечивающего рост производительности труда и высокое качество продукции; во-вторых, потребность в творческом труде, стремление к повышению профессионального мастерства, потребность в безопасных условиях труда, которые стали занимать значительное место в системе потребностей человека.

В основе гуманизации трудового процесса и трудовых отношений лежит понимание, что достижения научно-технического прогресса не могут быть реализованы без признания ценности работника как личности. В деятельности организаций гуманизация условий труда предполагает реализацию организационно-технических и социально-экономических мер в целях достижения наибольшего соответствия потребностей человека и условий труда и является неотъемлемой частью социальной среды организации, рассматривая мероприятия по обогащению содержания условий труда как часть всей системы управления кадрами.

Список литературы

1. *Генкин Б.М.* Экономика и социология труда: учеб. для вузов. 7-е изд., доп. М.: Норма, 2007. 448 с.
2. *Кибанов А.Я., Ивановская Л.В., Митрофанова Е.А., Свистунов В.М.* Управление персоналом: теория и практика. Организация. Нормирование и регламентация труда персонала: учебно-практическое пособие / Под ред. А.Я. Кибанова. – Москва: Проспект, 2013. 64 с.
3. *Пурыскина В.А., Радько С.Г.* Управление коммуникативным взаимодействием как основа развития трудового потенциала // Univerzita komenského v Bratislave. Fakulta management comenius university in Bratislava. Zborník príspevkovz medzinárodne jvedeckej konferencie «Horizont ypodnikateľ ského prostredia III». Bratislava, Slovenská republika. 5. december 2014. С.156–165.
4. *Радько С.Г.* Трудовой потенциал как социально-экономическая категория. СПб.: Просвещение, 2010. 140 с.
5. *Радько С.Г.* Трудовые риски в системе социально-экономических категорий: Монография. СПб.: филиал изд-ва «Просвещение», 2012. 183 с.
6. *Радько С.Г.* Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования. М. СПб. Нестор-История, 2014. 204 с.
7. *Рофе А.И.* Организация и нормирование труда: учебное пособие. 2-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2014. 224 с.

УДК 331.101

ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА РАБОТНИКА
FORMATION OF LABOUR POTENTIAL AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE EMPLOYEE

Радько Сергей Григорьевич
Radko Sergei Grigorievich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: skif13717@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности формирования трудового потенциала во взаимосвязи с выделением конкурентных преимуществ работников. Показано, что внутреннее содержание трудового потенциала влияет на особенности индивидуального имиджа. Выполнено описание возможностей по использованию компетентностного подхода при определении конкурентных преимуществ работников.

Abstract: Features of formation of labor potential in interrelation with allocation of competitive advantages of workers are considered. It is shown internal content of the labor potential affects the characteristics of the individual image. The description of the possibilities of using the competence approach in determining the competitive advantages of employees.

Ключевые слова: трудовой потенциал, конкурентные преимущества, работник, имидж, компетенция

Keywords: labor potential, competitive advantages, employee, image, competence.

Методы конкуренции, используемые в управлении персоналом, все в большей степени затрагивают имидж. Связано это с тем, что работа с персоналом непосредственно влияет на необходимость формирования привлекательного образа работника. Подходы к управлению персоналом, связанные с выделением конкурентных преимуществ работников, обычно обусловлены личностными характеристиками руководителя и каждого отдельного работника. В конкурентной среде, типичной для современной экономики, значимо то обстоятельство, что в организациях имиджем занимаются целенаправленно, не упуская из внимания его разнообразные аспекты. Особенности выделения конкурентных преимуществ в организациях являются действенным инструментом повышения качества трудового потенциала.

Так как трудовой потенциал находится в непрерывном развитии, работодателю требуется иметь представление о показателях трудовой деятельности, которые давали бы возможность оценивать состояние потенциала в определенный момент времени. Существующий перечень технико-экономических показателей трудового потенциала облегчает принятие управленческих решений, так как позволяет получать наглядное представление о характеристиках развития трудового потенциала. Сбалансированная система показателей представляет основную информацию о трудовой деятельности, дополненную данными о накопленных знаниях и особенностях, касающихся создания образа работника. При определении перечня показателей целесообразно вырабатывать определенные процедуры, позволяющие повышать наглядность результатов анализа потенциальных трудовых возможностей с учетом имиджевых характеристик персонала. Также это дает возможность учитывать специфику конкретного трудового потенциала и возможность его развития в перспективе.

Характеристики, влияющие на имидж, связаны с конкурентными возможностями работников, занимающих руководящие должности. Здесь важно понимать, что вбирает в

себя понятие «конкурентные преимущества». Регулирование конкурентоспособности с учетом разнообразных аспектов управленческой деятельности часто связано с пониманием именно терминологических понятий в области труда. Одной из составляющих конкурентных преимуществ руководителя в организациях является знание особенностей коммуникативной деятельности, вбирающей способность к межличностному взаимодействию. Руководители различаются своими подходами к управлению, создавая определенную оценку конкурентоспособности руководящего работника. Для получения объективного представления о коммуникациях в управленческой деятельности требуется выполнять идентификацию конкурентных преимущества руководителя применительно к характеру труда. Для этого надо понимать, что вбирает в себя категория «формирование трудового потенциала». Под формированием трудового потенциала понимается деятельность руководящего состава предприятия, направленная на создание трудового потенциала определенного качества, характеризуемого уровнем развития наиболее значимых компонентов.

Рассмотрим конкурентоспособность с учетом содержания трудового потенциала и особенностей его формирования. Под уровнем конкурентоспособности работника понимается степень соответствия психофизиологических, личностных и профессионально-квалификационных характеристик в определенной сфере труда требованиям работодателя. Уровень конкурентоспособности работника может соответствовать или не соответствовать предпочтениям работодателя. Поэтому в процедурах оценки конкурентоспособности следует учитывать требования, предъявляемые к содержанию труда на конкретном рабочем месте и значимые для работодателя. Подобное рассмотрение конкурентоспособности имеет в большей степени прикладной характер. Исходя из понимания трудового потенциала, формируется понимание конкурентных преимуществ работника.

Конкурентные преимущества – психофизиологические, личностные и профессионально-квалификационные характеристики, в определенных условиях места и времени соответствующие требованиям работодателя в наибольшей степени по критерию профессиональной годности.

Требования работодателя определяются содержанием труда на конкретном рабочем месте и пониманием им конкурентных преимуществ работника, способствующих созданию требуемого имиджа. Существует определенный перечень управленческих решений, ориентированных на формирование положительного образа работника. К ним относятся следующие:

- усиление внимания к здоровому образу жизни, внедрение программ отказа от вредных привычек;
- разработка оптимального режима труда и отдыха в рамках выполнения трудовых обязанностей;
- проведение тренингов, направленных на развитие навыков выработки альтернативных решений в сложных ситуациях;
- повышение квалификации менеджеров различного уровня на разнообразных курсах;
- подготовка прогноза количественной и качественной потребности организации в профессиональном персонале;
- создание системы качественного информирования сотрудников об особенностях деятельности организации, ее главных задачах и перспективах развития.

Возможности персонала непосредственно связаны со стимулированием работников, увольнениями и наймом новых сотрудников, адаптацией к коллективу вновь принятых работников, перестановками в должностях и т.д. При построении моделей компетенций могут реализовываться различные цели, например, снижение рисков. Цель анализа рисков в процедурах формирования трудового потенциала определяет необходимость снижения неопределенности при принятии управленческих решений. Объективные управленческие решения в отношении работников, потенциал которых не вполне определен, принимать сложно. Следует выделять совокупность характеристик трудового потенциала, позволяющих

определять его состояние, давать представление о возможностях и путях его развития, в том числе снижения риска принятия неверных решений. Подобные характеристики могут приниматься за базу квалификации и компетентности кадров.

Значительный по объему математический аппарат, к которому часто обращаются в экономических исследованиях, может не нести понятной информации и выпадать из практического применения. Для нематериальных измерений, таких, как оценка удовлетворенность потребителей или работников, а также деятельности, при которой цели бизнеса не обязательно выражаются в денежном выражении, следует использовать иные подходы. Поэтому представляется значимой проблема оценки трудовых возможностей и ценности кадрового состава на основе теории трудового потенциала. Частью такой теории является проблема оценки вероятности получения негативного результата при принятии кадровых решений. Поэтому требуется развивать теорию трудового потенциала в части, позволяющей решать проблемы информационного обеспечения систем управления кадрами и снижения неопределенности.

Создание и разработка новых видов товаров и услуг, внедрение соответствующих современным требованиям кадровых технологий в работу организаций, предложение различных видов обслуживания клиентов, продвижение товаров на рынки в целом способствуют развитию сферы труда. Социально-экономические образования становятся основным источником конкурентоспособности организации. Чтобы сформировать трудовой потенциал требуемого уровня качества и получить возможность выделять конкурентные преимущества, взаимосвязанные с трудовым потенциалом, удобно воспользоваться каким-либо инструментарием для выделения компетенций. В процессе управления субъектами хозяйственной деятельностью формируются компетенции, дающие возможность функционировать субъекту хозяйственной деятельности в рыночной среде. Инструментарий достижения такого функционирования достаточно широк и непрерывно развивается. Особое значение в системе управления кадрами имеет управление качеством профессионального развития персонала, а также формирование и развитие профессиональных компетенций [1]. Схема, позволяющая эффективно формировать профессиональные компетенции, основана на стандартах в области труда, касающихся управления профессиональным развитием персонала. Особенно следует выделить компетентностный подход, предоставляющий широкие возможности для оценки трудовых возможностей работников.

Существует много компетенций, упоминаемых в публикациях и подробно рассматриваемых в литературе. Возможности персонала в трудовой сфере удобно представлять описательными характеристиками личностных качеств работников, каждое из которых отражает специфические особенности их трудовых возможностей. Описательные характеристики, сформулированные на основе содержательного описания компонентов трудового потенциала, служат основой для формулировки компетенций и составления их перечня [2]. В табл. 1 представлены описательные характеристики работников, сформулированные на основе содержательного описания компонентов трудового потенциала. Характеристики сгруппированы по различным уровням, что повышает удобство их использования в качестве эталонов. За основу уровней берутся особенности трудового поведения работника, являющиеся идентификаторами выделения конкурентных преимуществ и разграниченные по степени их развития.

Таблица 1. Эталонные характеристики трудового потенциала, на основе которых формулируются компетенции

Уровень оценки	Признаки и их описательные характеристики
Проявление лидерских качеств	
1	Проявляет лидерские качества всегда
2	Проявляет лидерские качества при необходимости и целесообразности
3	Проявляет лидерские качества в критических ситуациях
4	Лидерских качеств не проявляет

Трудовая мотивация	
1	Мотивирован к эффективной трудовой деятельности всегда
2	Проявляется высокую мотивацию периодически
3	Проявляет мотивацию при наличии вознаграждения (стимулирования)
4	Трудовой мотивации не проявляет
Наличие организационных качеств	
1	Организационные качества проявляет всегда
2	Организационные качества проявляются при целесообразности
3	Организационные качества выявляются слабо
4	Организационные качества отсутствуют
Способности	
1	Способности к выбранной сфере трудовой деятельности проявляет всегда
2	Способности к выбранной сфере трудовой деятельности проявляет периодически
3	Способности к выбранной сфере трудовой деятельности проявляются при условии вознаграждения
4	Способности к выбранной сфере трудовой деятельности отсутствуют
Ориентация на качественное выполнение служебных обязанностей	
1	Всегда ориентирован на качество выполнения служебных обязанностей
2	Периодически проявляются недостатки при выполнении служебных обязанностей
3	Существуют недостатки при выполнении служебных обязанностей
4	Выполнение служебных обязанностей качественно выполняется только при прямых указаниях руководства
Навыки к выбранной сфере деятельности	
1	Обладает выдающимися навыками к выбранной сфере деятельности
2	Обладает хорошими навыками к выбранной сфере деятельности
3	Обладает средними навыками к выбранной сфере деятельности
4	Не обладает навыками к выбранной сфере деятельности
Убедительность в общении	
1	Убедителен при общении всегда
2	Убедительность в общении проявляется периодически
3	Убедительность в общении проявляется в степени, недостаточной для служебных обязанностей
4	Отсутствует способность убеждать других
Обладание специальными знаниями	
1	Обладает специальными знаниями в ряде областей
2	Специальными знаниями обладает, но требуется повышение квалификации
3	Специальные знания присутствуют не в значительной степени
4	Не обладает специальными знаниями

Компетентностный подход позволяет формировать систему трудовых отношений, объединяющих требования рынка к имиджу работника, современную систему образования и подходы к управлению персоналом. Эталонные характеристики трудового потенциала дают возможность формировать модель компетенций, включающую широкий перечень работ с различными уровнями сложности и подробным содержанием требований. Поведенческие индикаторы для каждой компетенции удобно представлять в виде отдельного перечня или разделять по уровням в зависимости от условий хозяйственной деятельности. Подобная систематизация индикаторов позволяет свести их совокупность в единое целое. Это рационально при построении модели компетенций, т.к. она в этом случае должна охватывать достаточно большой перечень видов деятельности, работ и функциональных ролей отдельных работников.

Структуры управления, разрабатывая и обеспечивая реализацию разнообразных программ развития трудового потенциала, способствуют достижению необходимых целей за счет корректно определенных трудовых возможностей работников. При проведении анализа

трудового потенциала компетентностный подход позволяет выделять компоненты системы совокупного трудового потенциала на уровнях управления предприятиями и экономикой в целом. Распространенность компетентностного подхода, прежде всего, обусловлена изменениями в производственной деятельности. Особенно это заметно в современных рыночных условиях, которые на сегодняшнем этапе развития мировых производственных отношений считаются переходом к следующему технологическому укладу. Ускорение инновационных процессов в производственных процессах определяет также и качество обучения персонала, представляя его как часть социально-трудовых отношений. В процедурах анализа таких отношений выявляются возможности современного экономико-математического инструментария, дающего возможность формировать трудовой потенциал и конкурентные преимущества работника.

Список литературы

1. *Балыхин Г.А., Радько С.Г., Балыхин М.Г.* Развитие трудового потенциала на основе компетентностного подхода // Научно-технический журнал «Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности». 2015. № 3 (357). С. 12-18.

2. *Пришляк Е.А.* Компетентностный подход в управлении трудовыми ресурсами // Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности (ИННОВАЦИИ-2018): сборник материалов Международной научно-технической конференции. Часть 3. М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2018. С. 235-239.

3. *Радько С.Г.* Компетенции как совокупный ожидаемый результат образования. М. СПб. Нестор-История, 2014. 204 с.

4. *Радько С.Г., Балыхин М.Г.* Языковые коммуникации в управленческой деятельности // Научный журнал «Вестник славянский культур». 2017. № 46. С. 51-60.

УДК 331.101

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ФОРМИРОВАНИЕ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА
HUMAN CAPITAL AND FORMATION OF THE LABOR POTENTIAL

Радько Сергей Григорьевич, Дембицкий Сергей Геннадьевич
Radko Sergei Grigorievich, Dembitsky Sergei Gennadievich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: skif13717@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены особенности человеческого капитала и трудового потенциала на основе общности их внутреннего содержания. Показано, что человеческий капитал и трудовой потенциал могут сопоставляться с учетом составляющих их структуры. Определены отдельные аспекты формирования и организации деятельности по регулированию потребностей сферы труда при принятии решений в процедурах управления трудовыми возможностями работников.

Abstract: The features of human capital and labor potential on the basis of the community of their internal content are considered. It is shown, that human capital and labor potential can be compared in the taking into account of components of their structure. Aspects of the formation and organization of activities to regulate the needs of the labor sphere in decision-making in the procedures of management of labor opportunities of workers are defined.

Ключевые слова: человеческий капитал, трудовой потенциал, формирование трудовых возможностей, образование.

Keywords: human capital, labor potential, formation of labor opportunities, education.

Специфические характеристики процессов экономического развития в современных условиях определяют человеческий капитал в качестве основного производительного и социального фактора развития экономики и общества. Основные положения, принципы и закономерности теории человеческого капитала базируются на результатах учета статистических показателей роста производства, отражающих превышение прогнозируемых данных на основе учета традиционных факторов, относящихся к сфере труда. На отраслевом и региональном уровне принятия решений суммируются человеческие капиталы, формируемые отдельными предприятиями. Совокупный человеческий капитал предприятий определяет уровень социально-экономического положения как отдельной хозяйственной единицы, так и региона в целом, влияя на развитие трудового потенциала. Таким образом, человеческий капитал совместно с трудовым потенциалом активизируют активность субъектов хозяйственной деятельности, что положительно влияет на развитие производственных процессов и повышает результативность предприятий.

Институциональными единицами, влияющими на возможности формирования человеческого капитала и трудового потенциала, являются органы государственного управления, организации, предприятия, образовательные учреждения разных уровней и направлений. Также сюда включаются сам человек и семья, являющаяся отдельной институциональной единицей. Система профессионального образования (основного и дополнительного) должны обеспечивать потребности рынка в профессиональном труде. Основной целью дополнительного профессионального образования является обеспечение соответствия квалификации работника его профессиональным качествам, уровню компетентности, восприятию получаемой информации, знаниям, умению приспосабливаться к изменениям функциональных обязанностей, способность к саморазвитию.

Механизм формирования и развития человеческого капитала и трудового потенциала представляет собой систему взаимосвязей и взаимодействий институциональных структур. Для обеспечения эффективного действия подобного механизма реализуются следующие институциональные функции:

1) формирование человеческого капитала под влиянием демографических, институциональных, социально-экономических, экологических, социальных, ментальных и других факторов на разных этапах жизненного цикла человека;

2) накопление и развитие человеческого капитала и трудового потенциала, что предполагает инвестирование в образование, повышение квалификации, профессиональную подготовку и переподготовку человека;

3) обмен и использование человеческого капитала совместно с развитием потенциальных трудовых возможностей персонала.

Человеческий капитал и трудовой потенциал относятся к социально-экономическим образованиям, которые являются сложными объектами управления, формирующимися посредством объединения множества различных факторов по выделенным направлениям. Реализация управления персоналом при приоритете внимания к человеческому капиталу может осуществляться в различных формах и проходить через этапы жизненного цикла человека.

Производство и потребление постоянно осуществляются в условиях обучения и самообучения индивидов. В условиях информационной экономики, наряду с традиционными секторами производства и потребления, человеческий капитал выполняет не только производственную и социальную функции, но и интеллектуально-информационную. Это выражается в том, что в процессе жизненного цикла человек стремится к непрерывному образованию и интеллектуальной деятельности.

Человеческий капитал может быть определен с учетом разных подходов, имеет множество индикаторов и может быть оцениваем разнообразными методами. Человеческий капитал приобретается различными способами: дома, на рабочих местах, в образовательных учреждениях и др. Основными способами вложений в человеческий капитал считаются образование, обучение и практика на производстве, поиск информации на рынке труда,

охрана здоровья, миграция, рождение и воспитание детей. Все это непосредственно влияет и на трудовой потенциал, обеспечивая функционирование сферы труда. Обучение и профессиональная подготовка, в то числе на производстве, увеличивают человеческий капитал, охрана здоровья продлевает срок его полезного использования. Следует обратить внимание на цикличность изменения носителя трудового потенциала при рассмотрении его взаимосвязи с человеческим капиталом. Например, смена места приложения знаний и умений и поиск сферы приложения трудовых навыков способствуют повышению стоимости труда, а воспитание детей дает дополнительные возможности для совершенствования трудовых навыков и развития трудового потенциала.

Обращаясь к теории человеческого капитала, следует обратить внимание на то, что практических методов на ее основе создаются с трудом, что во многом объясняется трудностями выделения и теоретического обоснования внутреннего содержания человеческих умений и навыков. Человеческий капитал обычно представляется в виде совокупности знаний, навыков и опыта, реализуемых в трудовой деятельности с целью получения дохода. В качестве источника дохода могут выступать самые разнообразные характеристики человека, определяемые так же как компоненты трудового потенциала. Показателями человеческого капитала, однозначно свидетельствующими о факте получения дохода, могут быть те, на основании которых выполняется денежная оценка результата труда. Чтобы различных неопределенностей не возникало, при создании методик анализа и оценки человеческого капитала следует выполнять поиск приемлемого для этого инструментария. Такой инструментарий получается при использовании методов, относящихся так же к трудовому потенциалу.

Особенности управления человеческим капиталом и трудовым потенциалом во многом определяют специфические требования к основным элементам системы управления кадрами предприятий. К ним обычно относят систему мотивации, особенности учета и представления трудовых показателей, особенности использования информационных технологий в управлении кадрами, и т.д. Отсюда вытекает важность выделения и идентификации элементов организации деятельности по управлению трудовыми возможностями человека, предоставляющими возможность принимать более качественные кадровые решения.

К одному из таких элементов относится формирование стандарта, являющегося нормативным документом, отражающим требования к профессиональному уровню персонала. Профессиональные стандарты, как правило, содержат требования к компетентности работников по определенной профессии с учетом отраслевой специфики и безопасности выполняемых работ. При указанных в стандарте требованиях персонал сможет обеспечивать требуемое качество продукции и услуг. Стандарты, основанные на профессиональных навыках, способствуют выработке эффективных взаимоотношений между работодателями и работниками, обеспечивающих результативность трудовой деятельности. Таким образом, существует принципиальная возможность создания стандарта, регулирующего деятельность в области развития человеческого капитала и трудового потенциала. При организации и регулировании профессионального образования, направленного на развитие человеческого капитала и трудового потенциала, необходимо:

- определить стратегические перспективы развития человеческого капитала и трудового потенциала (по возможности на соответствующих институциональных уровнях);
- сформулировать приоритетные задачи организации профессионального образования, направленного на развитие человеческого капитала и трудового потенциала;
- сформировать профильные структуры в организациях, координирующие обучение в рамках профессионального образования, способствующего развитию человеческого капитала с выделением приоритетных составляющих трудового потенциала;
- выработать механизм координации работы образовательных центров и организаций, дающих возможность увеличивать стоимость человеческого капитала.

Способность работников реализовывать цели предприятия при надлежащем материально техническом, информационном и организационном обеспечении процесса труда зависит от глобальной мобильности человеческих ресурсов, что может быть

отображено индексом развития человеческого потенциала. К наиболее существенным особенностям человеческого капитала, влияющим на кадровые решения, относятся объем инвестиций в образование и качество системы здравоохранения. Далее следует выделить развитие национального рынка труда, затраты государства (и общества) на воспитание детей. Отметим такие явления трудовой жизни человека, как переподготовка, повышение квалификации, здравоохранение, миграция рабочей силы. Все это влияет на возрастную структуру населения страны, укрепление условий семейной жизни, наличие гражданских прав и др. Состояние научной сферы определяют затраты на научные исследования и разработки, уровень инновационности и конкурентоспособности экономики. В условиях глобальной экономики отмечается возрастающая роль доли населения с определенным уровнем образования. Отметим отдельные факторы, влияющие как на трудовой потенциал, так и человеческий капитал, и в значительной степени отображающие внутренне содержание потенциала работников. К ним относятся уровень безработицы и занятости, расходы бюджетов на образование, уровень мобильности населения, размер заработной платы, сфера приложения трудовых навыков выпускников высших учебных заведений и т.д.

Выживание предприятий при нарастающем конкурентом давлении возможно при условии, что существует инструментарий для оценки влияния глубинных (на уровне потенциала) трудовых возможностей персонала на итоги деятельности предприятия. Этот инструмент вбирает экономико-математические методы, способствующие эффективному внедрению на рынок новых производств с учетом краткосрочных и долгосрочных перспектив развития предприятия, использованию эффективных методов управления трудовыми ресурсами, вложению финансовых средств в развитие производства и созданию широкого ассортимента продукции. Далее приведен перечень компонентов человеческого капитала по некоторым составляющим трудового потенциала.

Компонент трудового потенциала **«здоровье»**. Образует капитал здоровья, характеризующий наследственность по состоянию здоровья (предрасположенность к каким-либо заболеваниям), включает физический и психологический потенциал, общее состояние здоровья, уровень развития здравоохранения, обеспечение безопасности (физической, экономической, экологической, производственной, социальной), психологическую и социальную устойчивость.

Компонент трудового потенциала **«образование»**. Капитал образования и науки включает общие знания, специальные знания и навыки, навыки и умения в области исследовательской деятельности, социальную ценность знаний, навыки самообразования.

Компонент трудового потенциала **«профессионализм»**. Образует профессиональный капитал, вбирающий профессиональные знания, навыки и умения, включает профессиональный опыт работы, организационные способности, креативность, предпринимательские способности, способность к разработке и внедрению инноваций, производительные способности.

Компонент трудового потенциала **«культурность»**. Образует капитал культуры, вбирающий общую культуру и искусство, включает воспитание, социально-культурную мотивацию к саморазвитию.

Компонент трудового потенциала **«социальная зрелость»**. Образует поведенческий капитал (социальные ценности), включает нормы поведения, уровень развития социальной инфраструктуры, потенциал социального взаимодействия, трудовую мотивацию, вовлеченность в корпоративную культуру.

В заключение следует отметить, что управление человеческим капиталом и трудовым потенциалом представляет собой сложный процесс, относящийся к кадровому управлению и подразумевающий определение связей между ними и особенностями поведения работников. Подобная связь имеет выражение, представляющее характерные особенности социально-экономической сферы. Являясь важным фактором и источником увеличения доходов населения и повышения качества труда, человеческий капитал и трудовой потенциал отражают конкурентоспособность субъектов хозяйственной деятельности, выступая

стимулирующим фактором развития национальной экономики. Инструментарий оценки качества взаимодействия работников позволяет формировать трудовой потенциал и выделять конкурентные преимущества работника. Условия развития человеческого капитала могут быть рассмотрены как совокупность материальных и нематериальных факторов, которые способствуют формированию и совершенствованию элементов человеческого капитала и базовых составляющих потенциальных трудовых возможностей кадрового состава. К ним в основном относятся возможности получения профессионального образования, здоровье, социальные правила поведения, особенности морали и т.д. Это дает возможность выстраивать механизм системы формирования и развития трудового потенциала, регулируемый стандартами и правовыми нормами, а также вырабатывать различные программы развития и совершенствования трудовых навыков персонала.

Список литературы

1. *Кащеев П.О., Белгородский В.С., Радько С.Г.* Человеческое развитие как неотъемлемый фактор обеспечения роста производительности труда // Научно-технический журнал «Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности». 2018. № 3 (375). С. 15-22.
2. *Пришляк Е.А., Радько С.Г.* Многоуровневая модель управления человеческим капиталом // Научный журнал «Дизайн и технологии». 2018. № 64 (106). С. 96-104.
3. *Пришляк Е.А., Степанова Е.Э.* Внешние факторы развития человеческого капитала в России. Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы / под редакцией Мишакова В.Ю., Зерновой Л.Е.. М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н.Косыгина», 2018. С. 164-169.
4. *Радько С.Г., Дембицкий С.Г., Пришляк Е.А.* Компетентностный подход к формированию человеческого капитала. М. РГУ им. А.Н. Косыгина, 2017. 204 с. 171 с.
5. *Сибилева В.Я., Антонов А.П., Радько С.Г.* Подход к определению понятия трудового потенциала // Дизайн и Технологии. 2015. № 46(86). С. 96-100.

УДК 347.23

ЧАСТНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В ИНТЕРЕСАХ ЧЕЛОВЕКА ТРУДА
PRIVATE PROPERTY FOR THE BENEFIT OF THE PERSON OF WORK

Репин Сергей Сергеевич
Repin Sergey Sergeyevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: sergerepin2011@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности экономики, как не есть исключительно процесс создания благ и накопления капитала, а представляет собой процесс общественной жизни, который осуществляют и формируют участвующие в нем люди.

Abstract: Some features of economy as there is only no process of creation of the benefits and accumulation of the capital are considered, and represents process of public life which is carried out and the people participating in it form.

Ключевые слова: частная собственность, блага, труд, накопление капитала.
Keywords: private property, benefits, work, accumulation of the capital.

Равным образом, экономика не есть исключительно процесс создания благ и накопления капитала, где люди становились бы потребителями этих благ, не является также не персонифицированным процессом, при котором осуществляется выравнивание

предложения и спроса на товары и услуги, а представляет собой процесс общественной жизни, который осуществляют и формируют участвующие в нем люди.

Успех общественно-экономических реформ в России определяется в первую очередь людьми, их квалифицированным трудом, предпринимательскими способностями. При всей важности капитала для экономики, где продуктивность человеческого труда зависит от применения современной техники, тем не менее, было бы неправильно связывать надежды на обновление экономики в первую очередь с капиталом.

Для того чтобы люди могли раскрыть и с максимальной эффективностью применить в экономическом процессе свои индивидуальные способности, трудолюбие, предприимчивость и ответственность, требуется наличие соответствующих социальных структур. Если в социалистических странах экономика и оказалась несостоятельной, то дело тут не в людях, не в их недостаточном трудолюбии, а в системе, в структурах централизованно-управляемой, командной экономики.

В социалистических странах не было частной собственности на землю и на средства производства. За свой труд люди получали заработную плату, служившую им главной материальной основой жизни. Незначительную долю заработка можно было внести на счет в Сбербанк. Эти вклады представляли собой частный капитал, правда, весьма скромный. А вот приобретение земли и средств производства в личную собственность не допускалось, так как считалось, что эта собственность народная.

Фактически народ ничего не решал ни в сельском хозяйстве, ни в ремесленном, ни в промышленном производстве. Народ лишался возможности принимать участие в использовании и распределении произведенных материальных благ Партия обладала безграничной монополией на власть и присвоила право распоряжаться народной собственностью, поэтому решала вопросы, связанные с производством, инвестициями, заработной платой, ценами на товары и услуги, а также распределением рабочих мест.

В структурах свободного общества нет подобной монополии на власть. Хотя государство и несет ответственность за конкретные условия развития хозяйства, оно не является носителем экономических механизмов. Что и в каком количестве производить, решается не властными структурами, а непосредственно предприятиями, которые с помощью рынка ориентируются на потребности людей. Следовательно, условия труда и оплаты определяются не государственными инстанциями, а в результате переговоров между конкретными участниками - между работодателями и работающими по найму. Свободный экономический порядок базируется на институте частной собственности, при котором собственники имеют право принимать экономические решения независимо от политической власти.

Почему же вопрос о частной собственности подвергается столь резкой критике в индустриальном обществе, основанном на разделении труда. Хотя прежнему аграрному обществу, в котором 90% людей занимались сельским хозяйством, были известны многообразные формы собственности с соответствующими взаимосвязями и обязательствами по сбору налогов, тем не менее, речь шла о настоящей собственности. Большие крестьянские семьи располагали собственной землей и хозяйствовали по своему усмотрению, хотя экономический доход при старых методах труда был относительно низким. И в ремесленном производстве, организованном по цеховому принципу, мастера отличались независимостью. Они вели дела самостоятельно, сами реализовывали свои продукты. Собственность на средства производства отличалась широкой распыленностью.

Эта ситуация изменилась с появлением основанного на разделении труда индустриального общества. Тогда еще в небольших городах возникло фабричное производство. Разорившиеся крестьяне, не имеющие возможности прокормить себя и свои семьи, приезжали в города в поисках работы. У них ничего не было, кроме своей рабочей силы, которую они предлагали на рынке труда. С ростом механизации труда своей привычной работы лишились также многие ремесленники и подмастерья, которые были вынуждены идти работать на фабрики. Вследствие разделения труда усложнилась

возможность расчета результата труда. Тогда же зародилось противоречие между трудом и капиталом. На одном полюсе находились владельцы фабрик, которым принадлежали средства производства и, которые претендовали на львиную долю экономической прибыли, чтобы финансировать расширение фабрик или новые производства. На другом полюсе - рабочие, которые, чтобы выжить, были вынуждены за минимальную заработную плату предлагать свои рабочие руки на рынке труда. Работники полностью зависели от владельцев средств производства: экономически бесправные, лишенные всяких социальных гарантий, они не имели возможности пользоваться благами культуры, принимать участие в политической жизни. В то время еще не существовало системы тарифной автономии, которая позволила бы работающим по найму и работодателям через свои организации, основанным на общности интересов, договариваться об условиях труда и его оплаты. Таким образом общество становилось классовым. С отменой поместного господства, исходившего главным образом от знати и церкви, а также с исчезновением объединений городских ремесленников перестали существовать общественно-правовые узы и попечительские институты. Право собственности стало теперь индивидуальным, можно сказать, священны и неприкосновенным правом без социальных обязанностей. Начиная с кодекса Наполеона утвердилось понятие частной собственности, в результате чего еще больший акцент был сделан на принцип исключительности по отношению к другим, а также к сообществу и государственным структурам. Право на собственность понималось в ярко выраженном индивидуалистическом контексте как право лица по собственному усмотрению свободно распоряжаться находящимися в его собственности благами без каких-либо социальных ограничений и обязательств. Это касалось любой формы собственности: как права приобретения потребительских товаров для личного пользования, так и собственности на землю, дома и квартиры, равно как и собственности на средства производства и фабрики. Владельцы фабрик должны были платить своим рабочим ту заработную плату, которая установилась на рынке рабочей силы в результате функционирования рыночных законов спроса и предложения. Вопрос о том, достаточна ли данная заработная плата, чтобы работник и его семья могли выжить, не ставился. Владельцу фабрики принадлежал весь доход от продажи своего товара на рынке, после вычета суммы заработной платы рабочим. Для подобного представления об абсолютной автономии индивидуума право государства на вмешательство в регулирование отношений владения и собственности в смысле всеобщей справедливости воспринималось как грех против духа.

В 1848 г. Карл Маркс опубликовал в Лондоне Манифест Коммунистический партии. Воздействие этого документа на умы широких народных масс ощущалось на протяжении всего XX века. В качестве политической цели излагались следующие принципы: теория классовой борьбы, материалистическое понимание истории, диктатура пролетариата.

В свой анализ производственных отношений, основанный на разделении труда экономического общества, Маркс включил выводы национальной экономики. Отчуждение рабочего заключается в том, что результат труда принадлежит не рабочему, а владеющему средствами производства. Эксплуатация труда ввиду постоянных колебаний заработной платы в зависимости от прожиточного минимума, а также беспрерывное обострение классовых противоречий между капиталистами и рабочими - все это, по Марксу, коренится в частной собственности. В этом он видит первородный грех человечества, начавшийся с того, когда человек объявил определенные блага только своей собственностью. Так пришел в движение роковой процесс присвоения отдельными индивидами благ, которые, по сути дела, должны были бы принадлежать всему человечеству. Это завладение осуществлялось прежде всего путем ограбления, насилия и войн. Вместо совместного использования людьми существующих благ, их присвоение породило эгоизм, жажду наживы, накопление все больших богатств на фоне зависти и эксплуатации слабых и беззащитных.

Считалось, что только отмена частной собственности при социализме позволит искоренить это зло. В результате, как полагали, возникнет сообщество свободных и равноправных людей, которые, преодолев эгоизм, будут трудиться на благо других, причем без какого-либо вознаграждения, и в зависимости, от своих потребностей получая необходимые товары и услуги. Предпосылкой возникновения такого рая на земле считалось беспрепятственное развитие производительных сил, осуществляемое при капитализме. Несмотря на привлекательность, эта идеология носит ошибочный характер. Крах социализма в странах

убедительно продемонстрировал экономическую и социальную несостоятельность социалистической системы. По сравнению с экономикой развитых стран социалистическая обладала небольшой эффективностью, если не брать во внимание военно-промышленный комплекс. А социальная справедливость, проявляющаяся главным образом в распределении экономического дохода между всеми слоями населения, была ограниченна.

По сравнению с доходами работающих по найму в странах со свободным общественно-политическим строем рабочие при социализме получали более чем скромную зарплату. Нигде в мире не наносился такой ущерб экологии, как в бывших социалистических странах. Поэтому не удивительно, что многие люди в бывших соцстранах утратили веру в социализм, в его способность обеспечить когда-либо благосостояние, свободу и справедливость.

При ориентации на совместное использование земных благ всеми людьми возникает вопрос: почему мышление в противовес основополагающему принципу отдает предпочтение не коллективной, а частной форме собственности. Может быть, именно коллективная собственность скорее смогла бы покончить с эгоизмом и стяжательством людей, в том числе и с ростовщической практикой. При всей критике эгоизма, жадности и ростовщичества, сама частная собственность никогда принципиально не ставилась под сомнение.

Решающее значение приобретает осознание того, что все содержащееся в земных недрах, т. е. земные блага, ни количественно, ни качественно не отвечают потребностям людей. Если бы это было так, то оставалось бы только распределить их между всеми на равноправной основе. Однако земля не отдает используемые человеком блага в готовом для употребления виде.

Конечно, без земных благ полезных ископаемых, которые на языке специалистов называются ресурсы, не могут возникнуть никакие необходимые человеку блага - экономические блага. Эти ресурсы, весьма неравномерно распределены по разным регионам мира и предназначены для всего человечества. Но как из ресурсов возникают экономические блага. Это решающий вопрос, который очень часто не учитывается теми, кого волнует лишь справедливое распределение земных благ. Ответ на данный вопрос таков: лишь благодаря труду людей из ресурсов возникают необходимые человечеству экономические блага. А вот требуемые количество и качество этих благ зависят от трудового и производственного процесса.

Некоторые считают, что имеющиеся полезные ископаемые могут определять богатство или бедность стран и народов. Разве не требуется очень много труда, причем квалифицированного, чтобы сделать эти полезные ископаемые вообще доступными людям. Такие же или сходные аргументы касаются средств производства, технического оборудования. Они необходимы и тем не менее являются лишь условием надежно функционирующего производства. Решающее значение приобретает труд людей. Адам Смит говорил, что труд - это просто фактор производств. Труд - это проявление человеческой личности с ее изобретательностью, инициативой, старательностью и ответственностью.

Именно человек своим трудом создает земные блага, открывает и добывает полезные ископаемые, изобретает машины и приборы, чтобы сделать труд более плодотворным, более производительным, находит взаимосвязи в экономике в целом и в ее отдельных отраслях. Труд выступает созидательным фактором культуры. Его нельзя трактовать как эксплуатацию природы, наоборот, природа, за сохранение которой человек несет ответственность, выступает основой жизни и развития людей. В современном понимании труд - это главный двигатель прогресса.

Продуктивное использование земных благ человеком труда является обязательной предпосылкой достижения всеобщего благосостояния. Труд охватывает работу, выполняемую не только по найму. Сюда входит и предпринимательская деятельность. Предприниматель - это не капиталист каким он виделся Марксу, который в сущности сам не трудится, а только эксплуатирует рабочих и незаслуженно кладет себе в карман полученные прибыли. В социалистическом обществе не было предпринимателей - существовали лишь директора предприятий, назначаемые партийными органами или государственным аппаратом. Их главной задачей было выполнение спускаемых сверх планов. Отсутствие предпринимателей как таковых было и является одной из главных причин низкой производительности труда в социалистической системе хозяйствования.

Какие же задачи должен решать предприниматель в условиях современной экономики. Прежде всего, он должен обладать способностью своевременно понять потребности людей и с

помощью новых факторов производства осуществлять экономический рост предприятий. Большинство благ нельзя создавать эффективно лишь при помощи рабочей силы отдельного человека, они требуют сотрудничества многих людей для достижения совместной цели. Организация подобного производственного процесса, его планирование - это также один из источников благосостояния современного общества. Труд предпринимателя - действительно творческий труд, который зависит, прежде всего, от экономической инициативы.

Предпринимательская деятельность поэтому коренным образом отличается от управленческой. Государство лишь может создать условия, при которых люди с предпринимательской фантазией могут различными путями производить все больше и больше благ. В условиях динамичной, постоянно меняющейся экономической действительности предпринимателю отводится ключевая роль. Он призван обеспечивать конкурентоспособность своего предприятия в национальном и международном масштабе, производя товары, находящие спрос у потребителей, поддерживая на соответствующем уровне расходы на материалы, заработную плату и инвестиции на возмещение основного капитала, внедряя новые технологии для сокращения издержек производства, ориентируясь на новые перспективные изделия и осваивая все новые рынки сбыта. Предприниматель несет огромную ответственность за продуктивное использование ресурсов и эффективность труда своих сотрудников.

Список литературы

1. Потапенко С.В. Настольная книга судьи по спорам о праве собственности. - М.: Проспект, 2017.
2. Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. - М.: Статут, 2017.
4. Алексеев С.С. Право собственности. Проблемы теории. - М.: Волтерс Клувер, 2017.
3. Суханов Е.А. Основные положения права собственности. - М.: Норма, 2018.
4. Тархов В.А. Собственность и право собственности. - М.: Юрист, 2018.

УДК 347.23

ПРЕДНАЗНАЧЕННОСТЬ ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ДЛЯ ВСЕХ ЛЮДЕЙ – ОСНОВА РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ
PREDESTINATION OF THE PRIVATE PROPERTY FOR ALL PEOPLE – FUNDAMENTALS OF MARKET ECONOMY

Репин Сергей Сергеевич
Repin Sergey Sergeyevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: sergerepin2011@yandex.ru)

Аннотация: Рассмотрены некоторые особенности частной собственности, выступающей реальной предпосылкой того, чтобы человек проявлял инициативу и ответственно обращался с ресурсами и благами.

Abstract: Some features of the private property acting as a real prerequisite of that the person showed an initiative are considered and handled resources and the benefits.

Ключевые слова: частная собственность, экономический доход, труд, накопление капитала.

Keywords: private property, economic income, work, accumulation of the capital.

Именно частная собственность выступает реальной предпосылкой того, чтобы человек проявлял инициативу и ответственно обращался с ресурсами и благами. Частная собственность не самоцель и не средство обогащения. Она позволяет людям ответственно

трудиться, а также активно участвовать в общественном и культурном строительстве. Кто старательно трудился, тот добивался удовлетворительных экономических результатов на своей сфере или в своем ремесле, обеспечивая благоприятные условия для материального достатка в своей семье. Для подавляющего большинства населения труд был источником благосостояния. Взаимосвязь между личным трудом и личной собственностью в процессе экономической деятельности, была непосредственно ощутима. В современном обществе, основанном на разделении труда, непосредственная взаимосвязь между индивидуальной производительностью труда и заработком невозможна.

Экономический доход, полученный на предприятии или в банке, должен быть разделен на выплачиваемую заработную плату, стоимость материалов, стоимость капитала и т. д. Зарплата и жалованье являются предметом переговоров и соглашений между партнерами-участниками. С одной стороны, первые должны соответствовать требованиям справедливости, т.е. принципу баланса между производительной работой и вознаграждением; с другой стороны, они не должны нарушать разумное соотношение между потребительскими благами и основными средствами производства. Получаемый доход позволяет работающим по найму удовлетворять свои потребности, а также приобретать на рынке потребительские товары. Кроме того, часть получаемого дохода идет на инвестиционные цели, т.е. на образование собственности. И в этой связи частная собственность, как правило, является результатом труда.

С возникновением производства, основанного на разделении труда, распределение экономического дохода стало камнем преткновения. Произошло расслоение общества по имущественному принципу. Противоположные интересы труда и капитала отражают не основное противоречие системы, а функциональное разделение этих факторов в производственном процессе. Из экономического дохода, причем из заработной платы точно так же, как из капитала должны быть образованы имущество и собственность, а также, и не в последнюю очередь, производственный капитал для инвестиционных целей.

Согласно капиталистическому взгляду человек работает ради того, чтобы накопить блага и имущество. И экономика существует для того, чтобы создавать богатства, множить капитал. Но человек живет не только природными богатствами, а работает, чтобы заработать на жизнь для себя и своей семьи и чтобы создать культуру. Там, где собственность не служит плодотворному труду, не используется производительно, а выступает лишь средством приумножения частного имущества и богатства, она в самом деле лишена своего основного определяющего смысла, слишком легко становится средством реализации власти.

Связь труда и собственности имеет основополагающее значение. Долгое время не возникало сомнения в том, что не имущество и не собственность, не деньги на счете в Сбербанке обеспечивают людей экономическими благами, а только труд. Именно труд - главная причина продуктивного использования земных благ. И в современном индустриальном обществе гарантиями предусмотрительности и безопасности являются не пакеты акций и банковские счета, а все еще труд, который следует рассматривать в связи с собственностью, с результатом труда, с ранее произведенной работой, с находящимися в собственности машинами. Собственность на средства производства, капитал как необходимое условие, труд, главным образом квалифицированный - вот, собственно говоря, источники экономической состоятельности и благоденствия.

Решающим является понимание того, что лишь экономика, построенная на частной собственности, зависит от людей труда, от их инициативы, от их собственности. Только таким образом можно повысить обеспеченность населения благами и услугами, направить развитие экономики. Эту гигантскую задачу невозможно осуществить за один день и с этим нельзя спешить, здесь требуется целенаправленный подход. Немаловажным в этой связи представляется формирование соответствующего понимания основных элементов надежно функционирующей экономики и справедливой социальной структуры.

Собственность служит четкому разграничению компетенции и сфер ответственности в экономике. Она определяет основу применения так называемого принципа материальной

ответственности, который широко используется в дискуссии об охране окружающей среды. Кто принимает решение в сфере экономики, тот должен нести ответственность и за вытекающие отсюда последствия, причем своей собственностью и имуществом. Система собственности не позволяет ставить престиж выше возможности успеха, предотвращает стратегию, нацеленную на риск и быстрое получение прибылей, но не способную справиться с неудачами.

Иерархия ответственности помогает избежать споров и конфликтов. В коллективном хозяйстве, где все решают сообща, но персонально никто не несет ответственности за последствия, легко возникают споры, ибо люди обладают разными способностями, обнаруживают неодинаковое усердие и желание трудиться и поэтому проявляют неудовлетворенность, когда все обладают равными правами и в одинаковой степени удостаиваются материального вознаграждения. Работодатели сами стремятся к четкому разграничению компетенций на предприятиях, они отвергают модели, в которых необходимая деловая компетенция не сочетается с личной ответственностью за ошибочные решения, а также с желанием расплачиваться за экономические последствия, в том числе собственным имуществом.

Структура индустриального общества, основанного на частной собственности, делает возможным постоянный обмен товарами и услугами. Процесс обмена не есть нечто механическое или техническое, вследствие чего и рынок нельзя рассматривать как место, где осуществляется данный процесс, или, скажем, как место простого перемещения товаров, где происходит выравнивание спроса и предложения. Решающая роль в этом отводится людям, которых соединяет рынок и которые в ходе обмена товарами и услугами вступают в отношения друг с другом. Конечно, обмен, как и все в этом мире, может стать объектом злоупотребления, если воспользоваться неосведомленностью или несостоятельностью партнера или попытаться его обмануть. Но это вовсе не аргумент против самой идеи обмена, против рынка и собственности, из этого вытекает лишь необходимость постоянного регулирования данного процесса со стороны государства.

Собственность в состоянии выполнять неотъемлемые общественные задачи и обеспечивать реализацию общей предназначенности земных благ для всех людей. В нашем высокотехническом и институционализированном обществе есть такие, которые высказывают сомнение насчет того, выполняет ли вообще собственность до сих пор указанные задачи упорядочения. Порядок собственности рассматривается как достойный быть сохраненным, пока не удастся создать другие институты, способные гарантировать выполнение функций, до сих пор осуществляемые собственностью либо так же хорошо, либо, еще лучше при меньшей опасности злоупотребления.

Тем самым возникает вопрос, выполняет ли частная собственность исключительно социальные функции или она является в конечном счете изначально данным, наряду с достоинством человека, свободным правом. Такая постановка вопроса обострилась, когда в XIX - XX вв. возникли коллективистские идеологии и тоталитарные системы власти, отрицающие или ставящие под сомнение не только право на частную собственность, но и остальные свободные права человека.

В данной ситуации было важно, что социальное мышление в своем подходе к человеческой личности поставило вопрос о праве человека на собственность. Там, где отдельный человек рассматривается лишь как часть коллектива, господствует идея о том, чтобы не говорить о правах человека, в том числе и о праве на собственность. Каждый человек имеет от природы изначальное право пользования благами земли, точно так же как от природы он имеет право на труд, чтобы создать из благ земли хозяйственные товары. Но только право на частную собственность дает человеку надежную основу для свободного распоряжения принадлежащими ему вещами и выполнения своего нравственного долга, - как индивидуального, так и социального.

Быть личностью означает обладать свободой и самоопределением, распространяющимися и на область использования материальных благ и представляющими собой

необходимую предпосылку развития нравственных качеств личности. Частная собственность дарит ему экономическую независимость и свободу, позволяющие ему воспользоваться остальными правами личности. Решающей является взаимосвязь между достоинством человека, его свободными правами и ответственным и потому обязывающим в социальном плане использованием материальных благ.

Собственность - это не набор каких-либо товаров, а право, нравственная категория распоряжаться имуществом, а также однозначно вытекающие из этого права обязанность и ответственность лица за использование внешних благ. Такой подход не исчерпывается указанием на то, что основанное на частной собственности общество свободной экономики обеспечивает более высокую производительность и тем самым лучшее снабжение населения нежели социалистическое общество без частной собственности на средства производства. Аргумент относительно большей эффективности до некоторой степени представляется весьма существенным, ибо централизованно-управляемые экономики действительно доказали свою несостоятельность. Не отрицание частной собственности, а строительство экономического и социального порядка, в котором по возможности все люди могут осуществлять свое право на распоряжение и приобретение частной собственности, в том числе на средства производства, должно выступать целью. Стоит подчеркнуть взаимосвязь между личной свободой и частной собственностью, человек, у которого совершенно нет ничего, что он мог бы назвать своим собственным и который лишен всякой возможности заработать себе на жизнь своей инициативой, становится полностью зависим от общественных механизмов и от тех, кто их контролирует. Для человека становится крайне тяжело осознать свое личное достоинство.

Частная собственность как право личности и как институт социального порядка касается в первую очередь области. Частная собственность является составной частью свободного общественного порядка, в котором все институты во главе с государством должны служить развитию человека и в котором сами граждане выступают целью общественных процессов, а также носителями активности, инициативы и ответственности. Частная собственность вместе с семьей и государством составляет механизм институтов порядка. Это означает, что нельзя изолировать частную собственность и что она может выполнить свою задачу лишь тогда, когда в обществе и семья, и государство способны на достижения. Точно так же и семья, свободно распоряжаясь необходимыми средствами, может успешно осуществлять свои функции.

Частную собственность следует также рассматривать под углом зрения ее значения для культуры. Не было бы свободы культуры, если бы человек не мог свободно распоряжаться благами, находящимися в его собственности. Собственность создает возможности для культурного развития человека и создания культурных ценностей людьми. Правомерно было указано на то, что собственность представляет собой распространение человеческой свободы на мир вещей. Чем одностороннее взгляд, согласно которому право на частную собственность представляет собой неотъемлемое право без социальных связей и обязанностей, становился определяющим для экономического общества, тем сильнее социальная сторона подчеркивала двойственную функцию частной собственности. Она должна служить не только личному, но и общественному благу. Всякая собственность обладает не только индивидуальной, но и социальной стороной.

Использование материальных благ не может носить индивидуалистический, эгоистический характер, оно предполагает принятие постоянного обязательства по отношению к ближнему. Нельзя раз и навсегда зафиксировать содержание этой социальной обязательности любой собственности. Это определяется соответствующими условиями, в которых совместно живут и работают люди. Социальные взаимосвязи также многообразны и зависят от того, идет ли речь о потребительских благах, о земле, о квартирах и домах, о средствах производства, находятся ли они в руках одного или нескольких собственников, принадлежат ли многим акционерам.

Социальная окрашенность собственности, в том числе на потребительские товары, оказывается особенно действенной во времена кризиса. Даже если в развитых в социальном отношении государствах сейчас и удовлетворяется потребность в социальной помощи со стороны общества, этот социальный долг, от которого нельзя откупиться даже налогами, по сути

дела остается за собственниками. Многочисленные социальные учреждения, существующие в устойчиво функционирующем социальном государстве, а также благотворительные организации не снимают с людей личной ответственности за судьбу ближнего. Это относится и к крупным налогоплательщикам, получающим большие доходы. Они не могут ограничиться тем, что в достаточной степени помогли малообеспеченным гражданам своими налогами. Если бы после уплаты налогов получающие большие доходы помогли нуждающимся, это в значительной степени способствовало бы их душевному спокойствию.

Благотворительные организации тоже предъявляют все больше претензий к государству, вместо того чтобы активно пробуждать в людях желание дарить и делиться имеющимся. И при оказании помощи бедным в странах в первую очередь надо думать о том, как обеспечить там повышение эффективности использования собственных ресурсов, увеличение производительности труда и справедливое распределение производственных доходов.

Социальные моменты имеют такое большое значение, что о них нельзя забывать даже в стремлении получения максимальной прибыли. Как правило, это отражается прежде всего на малообеспеченных семьях. Социальная привязанность собственности в области капиталовложений сводится к тому, что увеличение выпуска продукции мирового хозяйства и повышение производительности труда не могут осуществляться через эксплуатацию труда и ограничение справедливых претензий работников.

Список литературы

1. Власова М.В. Право собственности в России: возникновение, юридическое содержание, пути развития. - М.: Эксмо, 2017.

2. Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. - М.: Статут, 2017.

3. Алексеев С.С. Право собственности. Проблемы теории. - М.: Волтерс Клувер, 2017.

4. Суханов Е.А. Основные положения права собственности. - М.: Норма, 2018.

5. Рыбаков В.А. Собственность и право собственности. - М.: Юрист, 2018.

УДК 664.6

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ КАЧЕСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ
THEORY AND PRACTICE OF STUDYING QUALITY OF BAKERY PRODUCTS

Рощина Елена Васильевна, Нестерова Валерия Андреевна
Roschina Yelena Vasilevna, Nesterava Valeryia Andreyevna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Республика Беларусь, Гомель
Educational Establishment «Belarussian Trade and Economic University of Consumer Cooperatives», Gomel
(e-mail: ewas2005@rambler.ru; nesterovaler98@mail.ru)

Аннотация: Показаны методы определения качества хлеба. Приведены результаты сравнительной оценки хлеба разных изготовителей по органолептическим и физико-химическим показателям.

Abstract: The methods for determining the quality of bread are shown. The results of a comparative evaluation of bread from different manufacturers for organoleptic and physico-chemical parameters are given.

Ключевые слова: Качество, показатели, органолептические, физико-химические, хлеб
Keywords: Quality, indicators, organoleptic, physico-chemical, bread

Одной из основных задач хлебопекарной промышленности является выработка хлебобулочный изделий высокого качества. Задача эта сложна и многогранна. Такую

продукцию можно получить только при соблюдении всех технологических режимов производства и оперативном исправлении всех возможных отклонений.

Для проведения контроля качества хлебобулочных изделий используют различные органолептические, физико-химические, микробиологические методы, что позволяет обеспечить выпуск продукции, отвечающей требованиям технической документации.

Цель нашего исследования - провести сравнительную оценку качества хлеба, вырабатываемого разными изготовителями.

Объектами исследования – явились образцы хлеба, схожие по рецептурному составу разных изготовителей: ржано-пшеничный хлеб «Клинский хмелевой» производства ОАО «Гомельхлебпром», ржано-пшеничный хлеб «Зерновой гречневый» производства ОАО «Гомельхлебпром», ржано-пшеничный хлеб «Добрушский» производства Тереховский хлебзавод Добрушского райпо, ржано-пшеничный хлеб «Лазаревский» производства ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай», ржано-пшеничный хлеб «Медово-солодовый» производства Гипермаркет «ГИППО» [2]. Отбор проб для контроля органолептических и физико-химических показателей проводили по СТБ 2160 [1]. Данные отбора проб представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты отбора проб исследуемых образцов хлеба

Наименование образца	Масса нетто, г	Объем партии, лотки, шт.	Объем выборки, шт. (булок)	Лабораторный образец для органолептических показателей, шт.	Лабораторный образец для физико-химических показателей, шт.
хлеб «Клинский хмелевой» производства ОАО «Гомельхлебпром»	500	5	22	5	1
хлеб «Зерновой гречневый» производства ОАО «Гомельхлебпром»	500	10	22	5	1
хлеб «Добрушский» производства Тереховский хлебзавод Добрушского райпо	500	11	22	5	1
хлеб «Лазаревский» производства ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай»	500	13	22	5	1
хлеб «Медово-солодовый» производства Гипермаркет «ГИППО»	500	14	22	5	1

Для проведения оценки качества хлеба были использованы органолептический и инструментальный методы исследования. Устанавливалось соответствия исследуемых образцов требованиям СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия» [3]. Из органолептических показателей в хлебе определены: внешний вид, состояние мякиша, вкус и запах. Внешний вид изделий (форму, поверхность, окраску корки) определяли,

осматривая при дневном рассеянном свете [1]. При этом обращали внимание на состояние поверхности изделий, состояние корки, правильность формы.

Для определения состояния мякиша изделия разрезали по ширине и определяли пропеченность, прикасаясь кончиками пальцев к поверхности мякиша в центре изделия. Эластичность мякиша определяли легким надавливанием большим пальцем на поверхность мякиша до его уплотнения на 5-10 мм в разных местах на расстоянии не менее 2-3 см от корки. После прекращения надавливания наблюдали, насколько быстро и полно мякиш приобретает первоначальное состояние. Мякиш, который вдавливается и быстро восстанавливается, не оставляя следа, характеризуется как «очень эластичный». Если мякиш мало деформируется, то он оценивается как плотный или «недостаточно эластичный».

Запах определяли путем 2-3 разового глубокого вдыхания воздуха через нос как можно с большей поверхности вначале целого, а затем разрезанного изделия сразу же после его разрезания. При определении вкуса от пяти изделий отрезали ломтики толщиной примерно 6-8 мм. Пробу (мякиш и корку), 1-2 г, разжевывали в течение 3-5 с. и вкусовые ощущения сравнивали с описаниями в ТНПА.

Инструментальными методами определены следующие физико-химические показатели: кислотность, влажность, пористость.

Кислотность хлеба определялась ускоренным методом. Расхождения между параллельными определениями не превышали 0,5 градусов.

Расчет проводили по формуле [1] :

$$X = 25*50*4* V*K / 250*10 \quad (1)$$

где, V - объем 0,1 моль/дм³ раствора гидроокиси натрия или гидроокиси калия, см³;

К - поправочный коэффициент приведения используемого раствора гидроокиси натрия или гидроокиси калия к раствору точной молярной концентрации 0,1 моль/дм³;

1/10 - приведение 0,1 моль/дм³ гидроокиси натрия или гидроокиси калия к 1 моль/дм;

4 - коэффициент, приводящий к 100 г навески;

25 - масса навески испытуемого продукта, г;

250 - объем воды, взятой для извлечения кислот из исследуемой продукции, см³;

50 - объем испытуемого раствора, взятого для титрования, см³;

Влажность хлеба определяли методом высушивания в соответствии с ГОСТ 21094 [4] и рассчитывали по формуле:

$$W = (m_1 - m_2) / m *100 \quad (2)$$

где: m_1 - масса чашечки с навеской до высушивания, г;

m_2 - масса чашечки с навеской после высушивания, г;

m - масса навески изделия, г.

Пористость образцов хлеба определяли в соответствии с требованиями ГОСТа 5669 [6]. Хлебобулочные изделия. Сущность метода заключается в следующем: из куска мякиша делаем выемки цилиндром прибора Журавлева. Заполненный мякишем цилиндр укладывали на лоток так, чтобы ободок его плотно входил в прорезь, имеющуюся на лотке. Затем хлебный мякиш выталкиваем из цилиндра втулкой, примерно на 1 см, и срезаем его у края цилиндра острым ножом. Отрезанный кусочек мякиша удаляли. Делали 4 цилиндрических выемки объемом (27±0,5) см³ каждая. Приготовленные выемки взвешивали одновременно.

Пористость рассчитывали по формуле:

$$П=(V-m/\rho)/V\times 100, \quad (3)$$

где V - общий объем выемок хлеба, см³;

m - масса навесок, г;

ρ - плотность беспористой массы мякиша, г/см³.

Результаты оценки качества исследуемых образцов по органолептическим и физико-химическим показателям представлены в таблицах 2-6.

Таблица 2. Результаты оценки качества хлеба «Клинский хмелевой» производства ОАО «Гомельхлебпром»

Наименование показателя	Требования по СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия»	Результаты
Внешний вид: форма, поверхность и цвет	Продолговато-овальная, округлая или другая соответствующая виду изделия. Без загрязнений.	Форма хлеба округло-овальная, Поверхность без крупных трещин и подрывов. Темно-коричневый цвет, равномерный, без подгорелости
Состояние мякиша	Хорошо пропеченный, без следов непромеса. Допускается слегка липкий на ощупь для изделий из ржаной муки, без соли, с пониженной кислотностью, несколько уплотненный и слегка влажный на ощупь для изделий с использованием отрубей, клейковины, недостаточно развитая пористость для изделий с добавлением дробленного зерна	Пропеченный, эластичный без следов непромеса и посторонних включений с равномерной пористостью
Вкус и запах	Свойственные данному виду хлеба, без постороннего привкуса и запаха	Сладковатый вкус и аромат свежего хлеба, без постороннего привкуса и запаха
Влажность мякиша, %, не более	49,0	47,2
Кислотность мякиша, град., не более	11,0	9,0
Пористость мякиша, %, не менее	50,0	45,4

Таблица 3. Результаты оценки качества хлеба «Зерновой гречневый» производства ОАО «Гомельхлебпром»

Наименование показателя	Требования по СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия»	Результаты
Внешний вид: форма, поверхность и цвет	Соответствующие виду хлеба, без загрязнений, без крупных трещин и подрывов. Цвет от светло-коричневого до темно-коричневого, без подгорелости	Форма хлеба округло-овальная. Поверхность гладкая, без крупных трещин и подрывов, без загрязнений. Светло-коричневый цвет.
Состояние мякиша	Пропеченный, без следов непромеса. Допускается небольшая липкость мякиша для хлеба: из ржаной муки, смеси ржаной и пшеничной (до 10% пшеничной муки), из ржаной -с добавлением муки других	Эластичный без следов непромеса и посторонних включений, с равномерной пористостью, отмечается небольшая липкость

	зерновых и бобовых и для заварных хлебов	
Вкус и запах	Свойственные данному виду хлеба, без постороннего привкуса и запаха	Вкус и аромат свежего хлеба хорошо выражены. Без постороннего привкуса и запаха
Влажность мякиша, %, не более	49,0	35,6
Кислотность мякиша, град., не более	11,0	7,3
Пористость мякиша, %, не менее	50,0	-

Таблица 4. Результаты оценки качества хлеба «Добрушский» производства Тереховский хлебзавод Добрушского райпо

Наименование показателя	Требования по СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия»	Результаты
Внешний вид: форма, поверхность и цвет	Соответствующие виду хлеба, без загрязнений, без крупных трещин и подрывов. Цвет от светло-коричневого до темно-коричневого, без подгорелости	Форма правильная, округло-овальная. Поверхность гладкая, без крупных трещин и подрывов, без загрязнений, цвет светло-коричневый, равномерный, без подгорелости
Состояние мякиша	Пропеченный, без следов непромеса. Допускается небольшая липкость мякиша для хлеба: из ржаной муки, смеси ржаной и пшеничной (до 10% пшеничной муки), из ржаной -с добавлением муки других зерновых и бобовых и для заварных хлебов	Эластичный без следов непромеса, посторонних вклю-чений, с развитой пористостью, хорошо пропеченный, небольшая липкость
Вкус и запах	Свойственные данному виду хлеба, без постороннего привкуса и запаха	Хорошо выраженный вкус и аромат свежего хлеба, без постороннего привкуса и запаха
Влажность мякиша, %, не более	49,0	34,3
Кислотность мякиша, град., не более	11,0	8,7
Пористость мякиша, %, не менее	50,0	37,4

Таблица 5. Результаты оценки качества хлеба «Лазаревский» производства ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай»

Наименование показателя	Требования по СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия»	Результаты
Внешний вид: форма, поверхность и цвет	Соответствующие виду хлеба, без загрязнений, без крупных трещин и подрывов. Цвет от светло-коричневого до темно-коричневого, без подгорелости	Форма овальная, без крупных трещин и подрывов, без загрязнений. Цвет темно-коричневый, равномерный, без

		подгорелости
Состояние мякиша	Пропеченный, без следов непромеса. Допускается небольшая липкость мякиша для хлеба: из ржаной муки, смеси ржаной и пшеничной (до 10% пшеничной муки), из ржаной -с добавлением муки других зерновых и бобовых и для заварных хлебов	Хорошо пропеченный, эластичный, без следов непромеса, посторонних включений, с развитой пористостью, нелипкий
Вкус и запах	Свойственные данному виду хлеба, без постороннего привкуса и запаха	Хорошо выраженный вкус и аромат свежего хлеба, без по-стороннего привкуса и запаха
Влажность мякиша, %, не более	49,0	27,5
Кислотность мякиша, град., не более	11,0	8,3
Пористость мякиша, %, не менее	50,0	-

Таблица 6. Результаты оценки качества хлеба «Медово-солодовый» производства Гипермаркет «ГИППО»

Наименование показателя	Требования по СТБ 639-95 «Хлеба белорусские». Общие технические условия»	Результаты
Внешний вид: форма, поверхность и цвет	Продолговато-овальная, округлая или другая соответствующая виду изделия. Без загрязнений.	Форма правильная в поверхность гладкая, прямоугольная, шероховатая, без загрязнений. Цвет светло-коричневый, без подгорелости
Состояние мякиша	Хорошо пропеченный, без следов непромеса. Допускается слегка липкий на ощупь для изделий из ржаной муки, без соли, с пониженной кислотностью, несколько уплотненный и слегка влажный на ощупь для изделий с использованием отрубей, клейковины, недостаточно развитая пористость для изделий с добавлением дробленного зерна	Хорошо пропеченный, без следов непромеса.
Вкус и запах	Свойственные данному виду хлеба, без постороннего привкуса и запаха	С приятным хлебным вкусом и ароматом. Без постороннего привкуса и запаха
Влажность мякиша, %, не более	53,0	31,5
Кислотность мякиша, град., не более	13,0	9,3
Пористость мякиша, %, не менее	42,0	-

Как показала сравнительная оценка качества все исследуемые образцы хлеба по органолептическим и физико-химическим показателям соответствуют требованиям ТНПА.

Список литературы

1 Изделия хлебобулочные изделия. Правила приемки, методы отбора проб, методы определения органолептических показателей и массы : СТБ 2160-2011. – Введ. 01.07.2011. – Минск : БелГИСС, 2011. – 13 с.

2 *Рощина Е.В.* Конкурентоспособность хлебобулочных изделий, вырабатываемых в Республике Беларусь / Е.В.Рощина, В.А.Нестерова, В.В.Резакова // Сборник научных трудов I научно-практической конференции с международным участием «Передовые пищевые технологии: состояние, тренды, точки роста» . ФГБОУ ВО «МГУПП», 2018.-С235-248.

3 Хлеба белорусские. Общие технические условия : СТБ 639-1995. – Введ. 1996-01-01 – Минск : БелГИСС, 1995. – 8 с.

4 Хлеб и хлебобулочные изделия. Метод определения влажности : ГОСТ 21094-1975. – Введ. 1976-01-01. – М. : Изд-во стандартов, 1975. – 3 с.

5 Хлебобулочные изделия. Методы определения кислотности : ГОСТ 5670-1996. – Введ. 1997-01-01. – М. : Изд-во стандартов, 1996. – 3 с.

6 Хлебобулочные изделия. Методы определения пористости : ГОСТ 5669-1996. – Введ. 1997-01-01. – М. : Изд-во стандартов, 1996. – 3 с.

УДК 331.522

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ КАК ФАКТОРОМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА
IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF HUMAN POTENTIAL AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE STATE

Салахова Юлия Шамильевна
Salakhova Yuliya Shamilyevna

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова –
ВГУ имени П.М. Машерова, Республика Беларусь, Витебск
Vitebsk state University named after P.M. Masherov –
VSU named after P.M. Masherov, Republic of Belarus, Vitebsk
(e-mail: airJs@tut.by)

Аннотация: Рассмотрена экономическая сущность категории «человеческий потенциал», ее теоретически особенности и механизмы управления человеческим потенциалом, приведены основные пути повышения эффективности.

Abstract: Some features of the drying process of nonwoven laminated materials were researched, the results of experimental study of the properties of the material as an object of drying and the kinetics of its convective drying in laboratory conditions were shown.

Ключевые слова: человеческий потенциал, инновации, инвестиции.

Keywords: human potential, innovations, investments.

Устойчивое развитие государства невозможно без качественно сформированного человеческого потенциала, так как его формирование, рациональное использование и управление имеет важное теоретико-методологическое и практическое значение для всех уровней экономических систем. Именно качественный человеческий потенциал является основой для формирования человеческого капитала – одного из ведущих факторов производства, напрямую влияющего на темпы экономического роста, конкурентоспособность и наукоемкость хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов, государства.

В целях уточнения экономической сущности человеческого потенциала уточним трактовку категории «потенциал». Проведя теоретическое исследование содержания данной категории без привязки к какой-либо отрасли науки, можно подытожить, что большинство

ученых склоняются к единому мнению, понимая в общем смысле «потенциал», как возможности отдельных субъектов или общества в целом являться источниками достижения определенных целей в определенной области.

На сегодняшний день исследованию категории «человеческий потенциал» посвящено большое количество работ современных ученых, на основе которых была сформирована «Концепция человеческого развития» (Human Development Concept). Основу данной концепции составили труды А. Сена [1], ставшего лауреатом Нобелевской премии по экономике в 1998 г. Исследования ученого в большей степени позволили доказать, что процесс любого развития будет вести не только увеличению материального и/или экономического благосостояния, но и будет способствовать одновременному расширению возможностей человека. Данный процесс возможен благодаря прямой зависимости уровня доходов населения, объема расходов на социально значимые сферы (здравоохранение, образование, социальная политика и т.д.) от темпов экономического роста. Другими словами, мы можем говорить о процессе справедливого распределения ресурсов в экономике.

Сложность изучения категории «человеческий потенциал» и исследования ее экономической сущность заключается в необходимости ее рассмотрения в контексте нескольких областей науки с учетом его социальной и экономической составляющих. Среди ведущих исследователей человеческого потенциала, и базового для него понятия « человеческого капитала» можно выделить Э. Денисона, Р. Солоу, Дж. Кендрика, С. Кузнеца, С. Фабриканта, И. Фишера, Р. Лукаса, Махбуба-уль-Хакома, В. Ж. Келле, Б. Г. Юдина, П. Д. Тищенко, И. Т. Фролова, Н. Н. Авдееву, Г. Б. Степанову, А. Б. Докторовича, Г. Л. Смоляна, С. И. Григорьева, Р. И. Капелюшникова [1, 2].

Критически осмыслив содержание различных подходов, можно выделить основные составляющие человеческого потенциала:

- человеческий капитал, представляющий собой определенную форму проявления человеческого потенциала в экономических системах за счет своего вовлечения в процесс производства экономических благ;

- социально-экономические условия, в которых будет происходить его формирование, т.е. условия, на прямую влияющие на качество жизни, дающие возможность создания, развития и использования человеческого капитала.

Таким образом, приведем сущность феномена человеческого потенциала с учетом его двойственной природы (рис. 1).

Рис. 1. Сущность феномена человеческого потенциала с учетом его двойственной природы

Изложим феноменологию человеческого потенциала подробнее. Основными специфическими особенностями его сущности будут являться:

- Системность, выражающаяся в сложности системы его качественных характеристик, их взаимосвязей и взаимозависимостей;

- Зависимость от внешних факторов, полностью создающих среду формирования человеческого потенциала;
- Многокомпонентность его структуры с учетом физических, духовных, социокультурных особенностей личности;
- Динамичность процесса развития человеческого потенциала;
- Нетранспорентность процесса формирования и использования человеческого капитала за счет наличия у его носителя скрытых качеств, которые могут проявиться при создании определенных условий

Таким образом, все факторы формирования человеческого потенциала можно разбить на две подсистемные группы:

- социокультурные, в т.ч. духовные;
- экономические.

Многие экономисты отождествляют понятие человеческого потенциала и человеческого капитала, что является с нашей точки зрения неправомерным.

Представим основные теоретические аспекты данных категорий на основе проведенного научного исследования.

Современная экономическая наука не дает единого представления о категории «человеческий капитал», однако можно выделить основные черты:

- человеческий капитал не отделим от его носителя и формируется на основе его предпочтений, жизненных ценностей и условий жизни;

- навыки, способности, знания хранятся, формируются и воспроизводятся на протяжении всего жизненного цикла их носителя;

- задействованность и степень отдачи человеческого капитала зависит от желания самого носителя и его жизненных принципов.

В данном контексте многие ученые под человеческим потенциалом понимают человеческий капитал в совокупности с формирующими его социально-экономическими условиями. Основным в определении человеческого капитала является понятие капитала как самовозрастающей стоимости. С этих позиций человек рассматривается как определенный объект, который в результате инвестиций в него является экономическим объектом с определенной стоимостью. На данном этапе человек не является капиталом и является пока только определенным потенциалом. В этой связи человеческий потенциал можно также трактовать как набор инвестиций (образовательных, здравоохранения и воспитательных) в человека. Капиталом человек становится только тогда, когда является субъектом экономической деятельности, то есть когда инвестиции начинают работать и приносить прибыль. В условиях социальной и экономической справедливости, более квалифицированные, более активные работники получают высшую заработную плату, таким образом, получают высшую отдачу от своего человеческого капитала. Величина человеческого потенциала (в предложенной выше экономической трактовке) зависит как от объема и качества инвестиций, так и от непосредственного желание человека потреблять инвестиции (то есть, в более активном усвоении материала во время учебы, более эффективному использованию времени учебы, укреплении здоровья, физических упражнениях).

Основными направлениями инвестиций в человеческий потенциал на макро- и мезо-уровнях являются инвестиции в здравоохранение, образование, культуру, социальную политику, физкультуру и спорт.

В целях разработки эффективного финансового механизма управления человеческим потенциалом необходимо определить информационное обеспечение данного процесса, т.е. выбрать источники информации и данные для оценки состояния человеческого потенциала. Далее на основе данных будет сформирован комплекс показателей оценки человеческого капитала и разработать итоговый алгоритм оценки.

Для анализа человеческого потенциала, формируя информационную базу, необходимо учитывается не только экономический аспект инвестиций в человека, но и характеристику социальной среды, а также качество жизни населения, которое вместе с уровнем здравоохранения и образования характеризуется такими социально-экономическими показателями, как степень занятости населения, ее платежеспособность, доступ к участию в

политической жизни. Таким образом, сформированный человеческий потенциал в зависимости от существующих условий может раскрываться, реализовываться в разной степени.

На текущий момент необходима разработка агрегированного показателя уровня развития человеческого потенциала на региональном уровне, который должен лечь в основу финансового механизма его управления.

Человеческий потенциал следует рассматривать как стратегическую составляющую человеческих ресурсов, поскольку он являет собой потенциальные возможности развиваться и адаптироваться к рыночным изменениям.

Проведя анализ теоретических аспектов категории «человеческий потенциал» и систематизировав систему потенциалов экономических систем, в первую очередь необходимо выделить общее для всех понятие потенциала, как определенной совокупности ресурсов (средств), которые имеются в национальной экономике и могут быть задействованы в процессе производства при необходимости. На макроуровне мы можем говорить о том, что «потенциал» позволяет измерить определенные сферы деятельности государства. Также выделим категорию «совокупный экономический потенциал». В данном случае речь будет идти о благах, отличающихся друг от друга своими качественными и количественными характеристиками, которые могут быть произведены за конкретный временной промежуток в хозяйственных отраслях национальной экономики.

Рассматривая категорию «человеческий потенциал» и обобщив подходы к определению, можно определить его, как совокупность физических и духовных сил граждан, а также навыки и умения индивидуума, которые могут быть задействованы в определённой сфере деятельности.

Именно в рамках совокупного экономического потенциала мы можем выделить человеческий потенциал наравне со следующими потенциалами:

- научно-техническим;
- материально-производственным;
- природно-ресурсным;
- институциональным и др.

Можно проследить четкую взаимосвязь отдельных потенциалов в рамках всех совокупности, причем где-то эти связи будут прочнее. Так, например, напрямую будут коррелировать человеческий и научно-технических потенциалы, так как в создании наукоемких продуктов возможно только при прямом вовлечении качественного человеческого капитала [1]. Таким образом, в процессе оценки человеческого потенциала необходимо будет учитывать два блока показателей: показатели качественных характеристик накапливаемого человеческого капитала; показатели качества жизни человеческих ресурсов; показатели качественных характеристик социо-экономических условий формирования человеческого потенциала.

Список литературы

1. *Сен А.* Развитие как свобода / Пер. с англ. Москва: Новое издательство, 2004. 425 с.
2. *Кендрик Дж.* Совокупный капитал США и его формирование / Пер. с англ. - Москва: Прогресс, 1978. 279 с.
3. *Капелюшников Р. И.* Образовательный потенциал и его связь с характеристиками рынка труда: российский опыт. Москва: ГУ ВШЭ, 2006. 64 с.
4. *Салахова Ю.Ш., Богатырева В.В.* Повышение конкурентоспособности государства за счет качественного изменения человеческого капитала // Матер. XI Междунар. науч.-практ. конф «Модернизация хозяйственного механизма сквозь призму экономических, правовых, социальных и инженерных подходов». Минск: БНТУ, 2017. С. 27–29.
5. *Салахова Ю. Ш.* Теоретические аспекты инвестиционной привлекательности человеческого капитала / Ю. Ш. Салахова // Матер. XXIII (70) Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, науч. сотрудников и аспирантов «Наука – образованию, производству, экономике». Витебск: ВГУ имени П. М. Машерова, 2018. С. 372–373.

УДК 331.21

ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОТРАСЛИ
THE EFFECTIVE USE OF HUMAN POTENTIAL IN THE INDUSTRY

Сарченко Владимир Иванович, Староватов Геннадий Федорович
Sarchenko Vladimir Ivanovich, Starovatov Gennady Fedorovich

Сибирский федеральный университет, Россия, Красноярск
Siberian Federal University, Russia, Krasnoyarsk
(e-mail: bs-serge@yandex.ru; starovatovg@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрена взаимосвязь динамики производительности труда и зарплаты в стране и отрасли «обрабатывающие производства». Отмечено отставание показателей большинства видов деятельности в отрасли от средних показателей по стране. С целью усиления мотивации работников на рост производительности труда предлагается связать уровень оплаты труда на предприятиях отрасли с динамикой созданной добавленной стоимости.

Abstract: The relationship between the dynamics of labor productivity and wages in the country and the industry «manufacturing» is considered. The indicators of the majority of activities in the industry lag behind the national average. In order to enhance the motivation of employees to increase productivity, it is proposed to link the level of wages at the enterprises of the industry with the dynamics of the created added value.

Ключевые слова: производительность труда, валовая добавленная стоимость, номинальная начисленная зарплата, тарифная сетка, расчетный листок.

Keywords: labor productivity, gross added value, nominal accrued wages, tariff scale, pay slip.

В Послании Президента РФ от 20 февраля 2019 года особое внимание уделено реализации национальных проектов. Их содержание построено «вокруг человека, ради достижения нового качества жизни для всех поколений, которое может быть обеспечено только при динамичном развитии России» [1]. Как известно, динамичное развитие означает высокие темпы роста валового внутреннего продукта (ВВП), который складывается из сумм добавленных стоимостей (ДС), создаваемых на предприятиях.

Пока желаемых темпов роста ВВП достичь не удалось. Данные Министерства экономического развития РФ не утешительны, что подтверждают цифры в таблице 1.

Таблица 1. Текущая и перспективная динамика ВВП, занятости, заработной платы и производительности труда в РФ в % к предыдущему году[2]

Годы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018/2011
ВВП, темп роста	104,3	103,5	101,3	100,7	96,3	99,8	100,4	102,9	104,5	106,6
Занято в экономике	100,2	100,4	99,9	99,9	101,2	99,7	99,7	99,6	99,5	100,3
Производительность труда	103,8	103,2	101,8	100,9	96,6	100,1	100,7	103,3	105,0	106,6
Реальная зарплата	102,3	108,4	104,8	101,2	90,7	98,5	99,8	101,5	103,6	107,0

Основной системной проблемой, которая сдерживает ускорение темпов экономического развития считается низкая производительность труда (ПТ). Основным измерением её величины является сумма добавленной стоимости (ДС), созданная за единицу времени в расчете на одного работника. Поэтому действия всех, кто создает на своем рабочем месте ДС, (производит товары и услуги, пользующиеся спросом) должны быть нацелены на обеспечение её устойчивого роста. Главным мотивирующим фактором должна

выступить оплата труда, напрямую связывающая динамику зарплаты с вкладом работника в создание добавленной стоимости.

Пока, как отмечают ведущие экономисты, сложившаяся в стране консервативная, с заниженной величиной «цены труда», система начисления заработной платы таким стимулом не является [2].

По размеру зарплаты Россия значительно отстает от развитых стран Запада. Рассчитанное экспертами сравнение уровня зарплаты в России с другими странами, приведенное в таблице 2, это наглядно подтверждает. Здесь зарплата Брутто – это принятая в статистике величина номинальной начисленной зарплаты (ННЗ). Зарплата нетто – это ННЗ за вычетом налога на доходы физических лиц и обязательных платежей в страховые фонды, то есть сумма денег, которую работник получает на руки и может распорядиться ею независимо ни от кого, только по своему усмотрению.

Таблица 2. Сравнение среднемесячной зарплаты в 2017 году в РФ и в странах Запада[3]

Страны	Зарплата брутто (долл.)	Зарплата нетто (долл.)	Зарплата по ППС (долл.)
Норвегия	5885	4256	3108
Германия	4628	2838	2960
Швеция	4114	3166	2874
Франция	3525	2570	2788
Италия	3116	2162	2511
Россия	650	565	1361
США	4055	3300	3300

Как видим, начисленная зарплата россиянина в 9 раз ниже, чем у норвежца, в 4,8 раза ниже, чем у итальянца, и в 6,24 раза ниже, чем у американца. По зарплате нетто соотношения несколько иные: соответственно 7,53 – 3,82 – 5,84 раза. С учетом паритета покупательной способности среднемесячный доход от трудовой деятельности наемного работника в России в два и более раз уступает подобному показателю в развитых странах Европы.

В итоге положение дел в стране справедливо характеризуется утверждением: «Низкая зарплата – низкая производительность труда – низкие темпы развития» [4].

Как показывает статистика, в основной массе домашних хозяйств уровень достатка обеспечивается зарплатой работающих членов семьи. Около 35 % потребительских расходов осуществляется за счет получаемых от государства социальных пособий [5]. Это много в сравнении с развитыми странами Запада. Именно **путем роста зарплаты**, который должен мотивировать работников-создателей ДС на повышение производительности труда может быть решена задача ускорения развития экономики страны. Взаимосвязь роста зарплаты и увеличения производительности труда показана на рисунке 1.

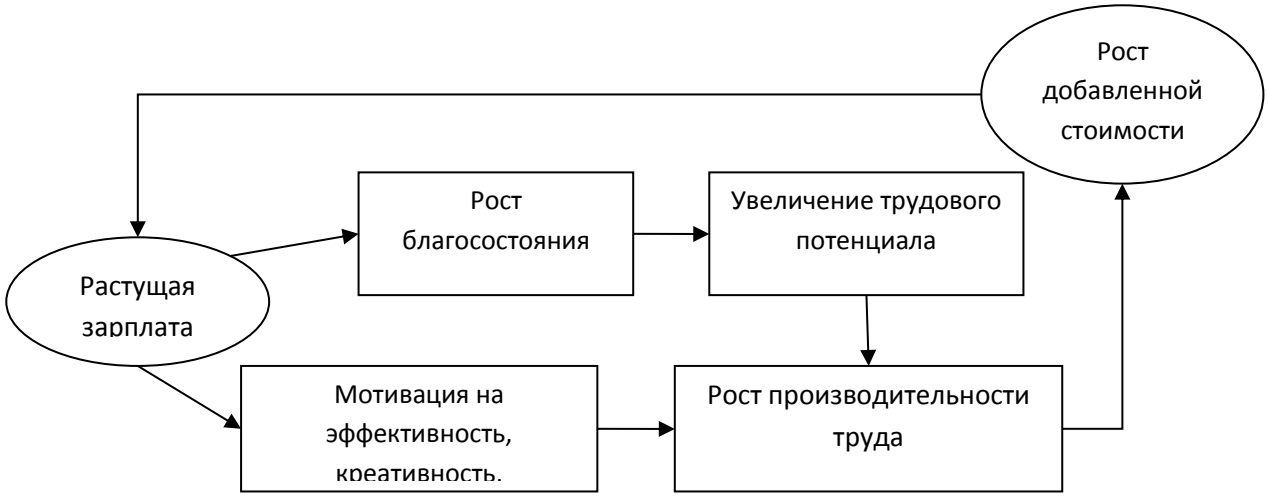


Рис. 1. Взаимосвязь роста зарплаты и увеличения ДС.

В этом кольце взаимной зависимости важнейшим звеном является прямая связь роста добавленной стоимости с увеличением зарплаты. В данное время в России эта зависимость практически не работает. Цифры в таблице 1 подтверждают отсутствие корреляции между этими показателями.

Создателями ДС, по нашему мнению, являются только те работники, чья трудовая деятельность приносит исполненные в виде продукции или услуг результаты, имеющие спрос на рынке и покупаемые потребителями. Именно эти люди **зарабатывают** средства (деньги), которые идут на оплату их трудовых затрат, наполнение бюджетов всех уровней и на вложения в дальнейшее развитие. Не попадают в эту категорию все наемные труженики организаций и предприятий, чья деятельность полностью финансируется из федерального, регионального или муниципального бюджета, из государственных внебюджетных фондов. Среднегодовая численность создателей ДС в России составляет примерно 80 % общей численности людей, занятых по статистике в экономике страны. По данным за 2018 год это около 58,2 млн. человек [6].

Считаем необходимым и возможным ввести систему мотивации на рост создаваемой ДС путем пропорционального роста зарплаты работников в ведущей отрасли экономики, именуемой согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) как «обрабатывающие производства» [7].

По данным статистики, каждый шестой работник-создатель ДС трудится в сфере обрабатывающих производств. Здесь действуют более 331 тысячи предприятий, выпускающих широчайший ассортимент продукции, пользующейся спросом как внутри страны, так и за рубежом [8]. Именно эта отрасль должна быть «локомотивом» роста ВВП. Однако цифры за 2017 год, приведенные в таблице 3, свидетельствуют об отставании отрасли от общероссийских показателей [9].

Таблица 3. Сравнение основных показателей экономики в 2017 году по России и отрасли «обрабатывающие производства» [9]

№ п/п	Наименования показателей	Экономика России		Обрабатывающие производства		
		Показатели	% от ВВП	Показатели	% от валовой ДС	Доля в России в %
1	ВВП, валовая ДС отрасли (трлн. руб.)	92,7	100	12,153	100	13,11
2	Оплата труда, годовой фонд ННЗ (трлн. руб.)	44,263	47,74	4,7	38,67	10,62
3	Валовая прибыль, СФР* отрасли (трлн. руб.)	37,819	40,8	2,9	23,86	7,67
4	Инвестиции (трлн. руб.)	15,97	17,23	1,92	15,8	12,0
5	Среднегодовая численность создателей ДС (млн. чел.)	58,2	-	10,25	-	17,6
6	Среднемесячная ННЗ (руб.)	39167	-	38197	-	97,5
7	Объем созданного ВВП (ДС) на одного работника (тыс. руб.)	1593	-	1185	-	74,4
**СФР – сальдированный финансовый результат*						

Средняя по отрасли ПТ в 1,3 раза ниже общероссийского показателя. Начиная с 2015 года в «обрабатывающих производствах» **нет роста производительности труда.** Валовая прибыль в отрасли составляет всего лишь около 24 % от валовой ДС при соответствующем показателе по стране 40,8 %. Доля собственных средств, направляемых в инвестиции, в объеме валовой ДС также меньше показателя по стране. В то же время в 2017 году почти

один триллион рублей из суммы отраслевой прибыли оказался в личном распоряжении хозяев предприятий.

Термин хозяева предприятий мы употребляем в качестве общего названия акционеров, владельцев долей в уставном или складочном капитале, индивидуальных предпринимателей. Обобщенно - всех лиц, имеющих по закону право распоряжения чистой прибылью предприятия.

По данным за 2016 год 28,5 % от общего числа организаций в отрасли являются убыточными. Это более 87 тысяч предприятий. Просроченная задолженность по платежам в бюджет и государственные внебюджетные фонды в 2017 году составила более 30 млрд. руб. Рентабельность активов одна из самых низких в стране 5,5 % [8].

Как рекомендует в Послании Президент РФ, для выхода на высокие темпы роста ПТ необходимо внедрять новые технологии и цифровизацию процессов, формировать конкурентоспособность продукции [1]. Но у большинства работников отрасли нет заинтересованности в решении этих задач. Инновационная активность основной массы предприятий составляет менее 20 %, а по ряду видов экономической деятельности инновациями занимается только одно из десяти предприятий [5]. Очевидно, что трудовой и творческий потенциал работников отрасли используется не эффективно.

Затраты на оплату труда в среднем по отрасли как доля созданной валовой ДС заметно уступают сложившемуся показателю в среднем по стране (38,67 % против 44,26 %).

Анализ оплаты труда по видам деятельности, составляющим отрасль, показывает, что величина годового фонда оплаты труда предприятий совершенно не связана с объемом созданной ДС. Доля затрат на оплату труда в сумме валовой ДС имеет величины от 25 %, например, на производствах транспортных средств до 55 % на производствах компьютеров, электронных и оптических изделий.

В то же время просматривается зависимость величины среднемесячной ННЗ и инновационной активности. Например, наивысшая активность по инновациям отмечена в производствах: табачных изделий, лекарственных средств и материалов, компьютеров, электронных и оптических изделий, кокса и нефтепродуктов [10]. Именно там, где самая высокая зарплата от 47 до 95 тысяч руб. в месяц.

Резко изменить ситуацию в отрасли, нацелить всех работников на обеспечение устойчивого роста создаваемой ДС способно, на наш взгляд, введение системы прямой связи размера оплаты труда с величиной созданной ДС. Подобный метод мотивации работников имеет исторические примеры.

Например, в Японии для повышения эффективности человеческого ресурса в 1960 году был выработан и последовательно реализован «план Икэда», предусматривающий рост заработков в соответствии с динамикой производства. С ростом доходов населения стал расти потребительский спрос - пошла в рост экономика [11]. В период бурного роста экономики Германии в конце 1940-х и в 1950-е годы правительство жестко контролировало зависимость динамики заработной платы от роста производительности труда. При этом главной задачей было не допустить снижения мотивации работников.

Предлагаем перестроить учетную и расчетную работу на уровне хозяйствующих субъектов, нацелив её на точный прямой расчет добавленной стоимости в каждом отчетном периоде. Принять в качестве основного показателя производительности труда объем валовой добавленной стоимости на одного работника. Кстати, такое требование заложено в Программе повышения производительности труда и роста экономики России, разработанной «Опорой России» [12].

Учитывая, что в настоящее время определение размера средств, направляемых на оплату труда, отдано на усмотрение хозяев предприятий, предлагается в качестве первого шага законодательно установить **минимально допустимую величину доли годового фонда** оплаты труда в сумме ДС, создаваемой каждым хозяйствующим субъектом. При этом сразу доля должна быть выше сложившейся на данный момент в отрасли. Такое возможно за счет снижения доли прибыли, остающейся в распоряжении хозяев предприятий. Действующий

ныне интерес хозяев в увеличении прибыли получит более полезное для развития содержание – он станет интересом в увеличении ДС предприятия. Увеличение зарплаты повысит заинтересованность работников в её дальнейшем росте за счет увеличения создаваемой ДС.

Во-вторых, предлагается утвердить по каждому виду экономической деятельности в отрасли тарифную сетку, в которой сумма оплаты труда по всем должностям указывается в доле от ДС, созданной предприятием. При этом базовая неизменная часть зарплаты должна быть на уровне от одного до двух МРОТ, а изменяющаяся по величине надбавка будет в прямой зависимости от величины ДС, полученной предприятием.

Доля ДС, направляемая на оплату труда работника по конкретной должности, указанная в тарифной сетке, должна закрепляться в трудовом договоре. Ежемесячно в личном расчетном листке работник будет видеть отражение результатов работы предприятия и меру своего участия в обеспечении роста главного показателя – добавленной стоимости.

Поскольку в соответствии с системой национальных счетов в сумму оплаты труда входит зарплата, выдаваемая на руки, а также НДФЛ и страховые отчисления. Предлагается дополнить содержание расчетного листка работника указанием суммы взносов в страховые фонды. Регулярное информирование работника об этих трех суммах будет серьезным мобилизующим фактором на повышение ПТ.

Например, при действующих стандартах отчисления в страховые фонды 30 % от суммы начисленной зарплаты, уплаты НДФЛ с этой же суммы 13 % работнику будет известно следующее:

- по трудовому договору оплата труда (ОТ) по данной должности составляет 0,001 ДС предприятия. Если в текущем месяце ДС предприятия составила 100 млн. руб., значит, на оплату труда по этой должности предприятие затратит 100 тыс. руб. Эта сумма будет ежемесячно меняться вслед за изменением величины полученной ДС;

- расчет суммы зарплаты, причитающейся к выдаче на руки таков: $OT = X + 0,3*X + 0,13*X = 100$ *тыс. руб.* Здесь X – искомая сумма, 0,3*X – взносы в страховые фонды, 0,13*X – подоходный налог. Следовательно, к выдаче на руки причитается $X = 100/1,43 = 69,93$ *тыс. руб.* В страховые фонды будет направлено 20,98 тыс. руб., на уплату НДФЛ 9,09 тыс. руб.

Список литературы

1. *Путин В.В.* Послание Президента Федеральному Собранию // 2019. http://www.kremlin.ru/events/president/news/59863
2. Производительность труда в России и в мире. Влияние на конкурентоспособность экономики и уровень жизни: аналитический вестник / Под общ. ред. Кривова В.Д. - М.: Совет Федерации РФ, 2016. - 78 с.
3. Список стран Европы по средней месячной зарплате // 2019. https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_Европы_по_средней_месячной_зарплате
4. *Сарченко В.И., Оборин Л.А. и др.* Управление развитием. Методология регионального стратегирования. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. - 600 с.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. – 1162 с.
6. Труд и занятость в России. 2015: Стат. сб. / Росстат – М., 2015. – 274 с.
7. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности // 2018. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/
8. Промышленное производство в России. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 347с.
9. Россия в цифрах. 2018: Крат. стат. сб./Росстат-М., 2018 – 552 с.
10. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. – М., 2017. – 1402 с.
11. Японское «экономическое чудо» // 2019. https://cyberpedia.su/13x11958.html
12. Программа повышения производительности труда и роста экономики России // 2019. https://pandia.ru/text/80/310/1164.php

УДК 338.462

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
LOGISTICS SERVICE AS A FACTOR ENHANCEMENT COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Семашко Юлия Владимировна
Semashko Juliya Vladimirovna

Белорусский национальный технический университет, Беларусь, Минск
Belarusian National Technical University, Belarus, Minsk
(e-mail: racush.son@gmail.com)

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы развития логистического сервиса как фактора повышения конкурентоспособности организации в рамках выстраивания партнерских отношений с клиентами.

Abstract: The article deals with the development of logistics services as a factor in improving the competitiveness of an organization as part of building partnerships with customers.

Ключевые слова: сервисное обслуживание, сервисная логистика, конкурентное преимущество.

Keywords: service maintenance, service logistics, competitive advantage.

Стремительно меняющаяся конкурентная среда и динамично развивающийся рынок оказывают прямое воздействие на организацию, желающую занять лидирующие позиции среди своих основных оппонентов. Чтобы стать конкурентоспособным и успешно функционировать, хозяйствующий субъект должен тщательно следить за рыночной конъюнктурой, адекватно оценивать свои положительные и отрицательные стороны, а также своевременно принимать стратегически важные решения, касающиеся его дальнейшего присутствия на рынке.

Конкурентоспособность, как экономическая категория, может затрагивать достаточно большое количество объектов: продукты, компании, отрасли, страны и регионы. При этом она напрямую зависит от таких факторов, как издержки производства и производительность труда, т.к. именно они, в первую очередь, определяют цену и качество товара или услуги.

Направляя свои усилия на достижение конкурентных преимуществ, компания должна первостепенное внимание уделить как самому процессу организации производства, так и своему присутствию на рынке. Стабильность удержания лидирующих позиций зависит от количества имеющихся у фирмы явных источников преимущества. Наличие у нее одного козыря не может являться залогом постоянного выигрыша, т.к. конкуренты постараются найти способ обойти ее, выиграв в чем-нибудь другом. Поэтому экономические субъекты, удерживающие лидерство в течение долгого времени, стремятся обеспечить себе как можно больше преимуществ во всех звеньях производственно – сбытовой цепочки.

На текущий момент времени для расширения своих возможностей, а также в целях усиления конкурентной борьбы, многие крупные рыночные игроки стали использовать логистику, которая заняла центральное место в управлении поставками. Интеграция функций закупок, производства и сбыта позволяет сократить время доведения материального потока от производителя до конечного потребителя, оптимизируя общий результат и повышая уровень конкурентоспособности организации.

Мировая практика показывает, что 87 % времени товар находится в процессе дополнительной обработки, упаковки и на складах, в то время как 3 % времени приходится на его изготовление, и всего лишь 10 % времени затрачивается на процесс перевозки. Применение логистического подхода позволяет снизить время производства товара

примерно на 25 %, при этом себестоимость производства продукции можно уменьшить до 30 %, а объёмы материально-технических запасов сократить до 30 - 70 %.

По оценкам специалистов в последние годы традиционные методы использования логистики в части закупочной, производственной и сбытовой деятельности перестали обеспечивать организациям значительный отрыв от ближайших конкурентов. Данный факт заставляет компании изыскивать дополнительные средства, способные обеспечить им конкурентные преимущества перед ближайшими соперниками.

Решением данной проблемы может стать использование инновационных технологий в логистической сфере, позволяющих фирме поднять уровень обслуживания клиентов и упрочить свое положение на рынке.

Потенциальное использование клиентской лояльности определило дополнительный источник получения конкурентных преимуществ для предприятия. Поэтому сегодняшний логистический подход наряду с управлением материальными потоками предполагает концентрацию и на управлении сервисными потоками, что также позволяет получить дополнительные преимущества тем фирмам, которые предоставляют на рынок только услуги (грузоперерабатывающие, транспортные, экспедиторские, и др.).

В современной литературе появилось новое понятие в управлении сервисными потоками: «логистика сервисного отзыва» (SRL - подход). Данное направление логистики определяется как деятельность по координации логистических операций, направленная на предоставление услуг потребителям наиболее эффективным по отношению к затратам способом.

Основными элементами SRL – подхода являются прием заказов на услуги и мониторинг их предоставления.

Главная цель - удовлетворение требований клиентов по уровню обслуживания. Исследования, проведенные в сфере маркетинга, доказывают тот факт, что каждый «удержанный» клиент обходится фирме дешевле, чем поиск и привлечение нового. По данным тех же исследований одним из факторов, способных повлиять на лояльность клиентов, является уровень их обслуживания.

Современный подход в обслуживании потребителей состоит из шести положений.

1. Ориентация на желания клиентов, осуществление постоянного контакта с потребителями логистических услуг. Ошибочно думать, что растущий объем сервисного обслуживания может целиком и полностью удовлетворить современного покупателя, скорее он заинтересован в уровне обслуживания и в оправдании своих ожиданий. Именно эта отправная точка определяет стратегический успех большинства компаний, торгующих услугами. При этом также нельзя забывать о том, что лидер, ориентированный на потребителя, уже сегодня знает о будущих желаниях своего клиента.

2. Разработка стратегии фирмы в области логистического обслуживания. Дифференциация услуг и качества их предоставления не только определяют величину логистических издержек, но также оказывают непосредственное влияние на конкурентоспособность и имидж логистического посредника. Четко разработанная стратегия в области сервисного обслуживания, применение стандартов, наличие конкретных терминов и показателей может способствовать усилению конкурентных преимуществ организации за счет эффективной работы персонала, адекватно воспринимающего требования руководства и исполняющего свои обязанности в соответствии с ними.

3. Интеграция сервисной логистики с маркетингом и финансовым менеджментом. Маркетинговые исследования определяют параметры сервисного обслуживания, помогают оценить структуру и динамику мотиваций и потребностей клиентов, спрогнозировать развитие конъюнктуры и спроса, а компании логистического сервиса могут реализовать этот спрос на практике, оказывая потребителям комплекс разного рода услуг. В данном контексте, логистику можно рассматривать как инструмент реализации стратегии маркетинга. Совместное определение цен на предоставляемое обслуживание является

результатом слаженных действий финансовой службы и сервисных логистов. В итоге анализ логистических издержек может быть проведен более точно и эффективно.

4. Создание взаимовыгодных отношений с потенциальными клиентами и собственными сотрудниками компании. Построение оптимальных взаимоотношений с покупателями услуг предполагает предложение им продукта по более низким ценам, чем это может сделать конкурирующая фирма.

Использования ресурсов наиболее эффективным способом, снижения издержек, и, соответственно, цен на услуги, позволяет организации сократить затраты потребителей и обеспечить удовлетворенность конечного потребителя. На данном этапе фирме предлагается использовать вариант «взаимопроникновения» поставщиков и потребителей логистических услуг, предполагающий, что звенья данной цепи поставок осуществляют операции в рамках системного подхода, ориентируясь на единый конечный результат. Сервисные компании, в свою очередь, могут работать в непосредственной близости от потребителя, обходя острые углы во взаимоотношениях сторон и помогая клиентам оптимизировать их деятельность. Не менее важным для компании является вопрос качественных взаимоотношений ее сотрудников с клиентами, т.к. при прямом взаимодействии покупателя с работником поставщика, без посредников, внутренний функционал сотрудника существенно влияет на удержание и степень удовлетворенности клиентов.

5. Поддержание системы сервисного обслуживания в эластичном состоянии. Готовность сервисного предприятия к быстрой адаптации в условиях изменяющейся внешней среды, умение подстроиться под постоянно меняющиеся требования потребителей, заключение гибких договоров с клиентами демонстрирует способность организации использовать методы сервисной логистики, поддерживая уровень логистического сервиса на высоком уровне. Планирование распределения с учетом диверсификации спроса, осуществление поставок по методу «just-in-time», способность манипулировать производственными мощностями в зависимости от текущей рыночной ситуации позволяет организовать качественное обслуживание клиентов и, в конечном счете, позволить компании получить дополнительное конкурентное преимущество.

6. Использование системы «Ноль дефектов» в управлении качеством обслуживания клиентов, основой успеха которой стал принцип установления нулевого уровня дефектности на начальном этапе деятельности организации и соблюдение данного условия до конечного этапа.

При выборе стратегии поведения на рынке логистических услуг необходимо разработать план действий по обслуживанию различных групп потребителей с определением номенклатуры, ассортиментных позиций, ценовых критериев и географии предоставления логистического сервиса.

По данным статистики, крупные игроки мирового бизнеса изначально принимают решение о том, на какие потребительские группы им стоит ориентироваться. Исходя из этого они определяют уровень обслуживания для каждой отдельной группы.

При выборе группы производится тщательная оценка издержек, связанных с привлечением и удержанием потенциальных клиентов. Таким образом, сегментируя рынок, компания практически сразу получает перечень потребителей, с которыми она предполагает работать в будущем.

Однако, по мнению топ - менеджеров ряда логистических компаний, зачастую местный менталитет требует соблюдения определенных правил оказания сервисных услуг потребителям, проживающим на территории конкретной страны, региона и т.д., поэтому при разработке системы управления логистическим сервисом, а также при планировании альтернативных вариантов взаимодействия с клиентами, необходимо ориентироваться на национальные особенности сегмента.

Дополнительным фактором, способным оказать влияние на конкурентоспособность организации на рынке, может стать четко продуманная стратегия логистического сервиса, включающая номенклатуру и ассортимент услуг, а также стоимостные критерии их

предоставления. По оценкам специалистов в большинстве случаев именно ценообразование является главной составляющей стратегии логистического обслуживания. Способность правильно определить конкурентоспособную цену в своем сегменте во многом зависит от выбора метода формирования сервисных цен. В мировой экономике, как правило, существует две различных точки зрения по данному вопросу. Первый метод получивший название «традиционный» или «коммерческий», ориентирован на текущую рыночную цену. Второй метод основан на дифференциации клиентов, исследуя поведение которых, можно определить готовность сегментов оплачивать альтернативные варианты услуг, а, следовательно, оптимизировать их наборы и цены.

Внедрение новых услуг также может оказать прямое влияние на конкурентоспособность компании. Фирмы, постоянно уделяющие внимание поиску дополнительных вариантов удовлетворения потребительского спроса, получают временное преимущество в конкурентной борьбе, а также имидж предприятия, ставящего интересы клиента выше своих собственных интересов.

И даже учитывая тот факт, что отсутствие патентов или авторских прав не может помешать конкурирующим организациям в последствии использовать подобные услуги в своей деятельности, компания, непрерывно занимающаяся разработкой новинок в области логистического сервиса, получает репутацию, которая уже сама по себе есть преимущество. Издержки, дополнительно возникающие у фирмы, внедряющей логистический сервис, могут значительно увеличить себестоимость готовой продукции, поэтому снижение затрат, получаемое компанией благодаря эффективному управлению логистическим обслуживанием, может стать именно тем фактором, который повысит уровень конкурентоспособности предприятия и окажет непосредственное влияние на конечный результат его деятельности.

УДК 334.01

ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
INFLUENCE OF INFORMAL INSTITUTES ON IMPROVING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT AT ENTERPRISES

Сидорова Александра Михайловна
Sidorova Alexandra Mikhailovna

Белорусский государственный университет, Беларусь, Минск
Belarusian State University,Belarus, Minsk
(e-mail: ale9088@yandex.ru)

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы исследования влияния неформальных институтов на эффективность деятельности предприятий и принятии управленческих решений. Раскрываются ключевые особенности неформальных институтов, их характеристики и анализируется влияние неформальных институтов на формирование и функционирование предприятий. Описываются основные элементы неформальных институтов. Представляются исследования неформальных институтов в Беларуси.

Abstract: The article deals with the study of the impact of informal institutions on the performance of enterprises and making management decisions. The key features of informal institutions, their characteristics are revealed and the impact of informal institutions on the formation and functioning of enterprises is analyzed. The basic elements of informal institutions are described. Studies of informal institutions in Belarus are presented.

Ключевые слова: неформальные институты, корпоративная культура, эффективность предприятий.

Keywords: informal institutions, corporate culture, enterprise efficiency.

Одной из важнейших задач в современном мире является повышение конкурентоспособности и эффективности на промышленных предприятиях. Ключевую роль играет человеческий капитал и корпоративная культура, которая определяет во многом качество управления, от которого и зависит вся деятельность предприятия. От качества и адаптационной эффективности неформальных институтов, которые сложились на предприятии. Самое важное значение неформальных институтов заключается в том, что они определяют действия рутин, которые в свою очередь обеспечивают бесперебойное функционирование предприятия и возможность фирмы реагировать на изменившиеся условия внешней среды.

Ключевыми особенностями неформальных институтов являются:

1. Неформальные институты – совокупность взаимосвязанных качественных и количественных социально-психологических особенностей людей работающих на предприятии.

2. Неформальные институты обусловливают своеобразный характер восприятия внешнего и внутреннего мира и направления экономического поведения и рамки экономического мышления, что впоследствии и определяет принятия экономических решений.

3. Неформальные институты обеспечивают единство и преемственность и направления эволюции посредством имитации или создания «рутин» поведения и мышления социально-экономической системы

4. Неформальные институты определяют гибкость управленческих решений на предприятии: насколько эффективно предприятия реагирует на изменившиеся условия и способно соответствующе реагировать [1, с. 3 – 24; 2. с. 25 – 32; 3. с. 347 – 374].

Основное влияние неформальных институтов на формирование и функционирование бизнеса посредством корпоративной культуры:

- **морально-этический аспект.** Неформальные институты определяют совокупность неформальных правил поведения и принятия решений;

- **информационный аспект.** Неформальные институты рассматриваются как специфическая информация, которая с помощью традиций и привычек передается от поколения к поколению и регламентирует на полусознательном уровне поведение людей;

- **эволюционный аспект.** Неформальные институты выполняют функцию генов общества, которые передают ключевые особенности (следующим поколениям; характеризуются естественным отборам – закреплением наиболее эффективных норм и установок;

- **трансакционный аспект.** Неформальные институты формируют тип корпоративной культуры, который позволяет впоследствии сократить трансакционные издержки;

- **контрактный аспект.** Неформальные институты выступают основой соглашения между людьми с целью регламентации взаимодействия;

- **социолого-психологический аспект.** Неформальные институты – совокупность бессознательных установок, которые передаются в рамках организации, обеспечивая ее гармоничное развитие. Влияние неформальных институтов на формирование корпоративной культуры (рисунок 1).

Рисунок 1 – Влияние неформальных институтов на формирование корпоративной культуры

Важную роль при оценке эффективности функционирования бизнеса является возможность быстро и гибко менять устоявшиеся нормы и образцы поведения под воздействие изменившихся внешних условий.

Неформальные институты, сложившиеся на предприятии обеспечивают:

1) снижение неопределенности внешнего мира;
2) выстраивание взаимодействия с другими людьми;
3) отношение к чужому опыту.

Поэтому на современном этапе важную роль имеет разработка методики оценки неформальных институтов, анализ их структуры. Основные элементы неформальных институтов (таблица 1).

Таблица 1. Структурные элементы неформальных институтов

Снижение неопределенности внешнего мира	Выстраивание взаимодействия с другими людьми	Отношение к чужому опыту
Отношения власти как решение дилеммы централизации – децентрализации (тип управления и формы организации экономических отношений)	Мужественность/женственность: ценность достижения, рациональности, прямых действий, зарабатывания денег, карьеризм, конфронтация, ответа на вызовы внешнего мира или значимость жизненного пространства, чувств, честности и открытости в контакте	Степень открытости: восприимчивость или невосприимчивость чужого опыта под влиянием вызовов внешнего мира
Внешний/внутренний контроль: характер взаимоотношений общества с внешним миром (управление или подчинение внешней среде)	Индивидуализм/коллективизм	
Отношение к богатству: результат везения и стечения обстоятельств или результат личных усилий и труда	Аффективность/нейтральность при принятии решений: рациональность или эмоции	
Избегание неопределенности: отношение к работе, конфликтам, разногласиям, к риску, степень формализованности отношений	Отношение ко времени: выбор приоритета между прошлым, настоящим и будущим	
Отношение к труду: определение производительности, трудолюбие, пунктуальность, дисциплинированность	Универсализм/партикуляризм: законы, правила и писаные нормы или приоритет человеческой дружбы, человеческих отношений	

Подобное исследование было проведено по Беларуси (таблица 2).

Таблица 2. Характеристики экономической ментальности белорусского народа

Наименование показателя	Характеристика значения показателя
Избегание неопределенности	белорусское население нуждается в четких правилах и отторгает нововведения и творческую деятельность, существует страх проявлять инициативу, изменения рассматриваются с негативной стороны
Аффектвность/нейтральность	ценится сдержанность, нейтральность, умение контролировать свои чувства, не показывать их окружающим. Но при этом эмоциональность также считается нормой, как и открытое проявление чувств. В зависимости от ситуации люди могут, как проявлять свои эмоции публично и открыто, так и сдерживать их
Ориентация во времени	белорусскому обществу более характерна краткосрочная ориентация. Планирование и деятельность касается в основном настоящего времени и ближайшего будущего; белорусскому обществу характерен традиционализм и консерватизм
Маскулинность/феминность	в обществе высоко ценится мягкость, дружелюбие, открытость контакта, взаимодействие людей, межличностное отношение, но также имеет значение и карьеризм, деньги, напористость
Внутренний/внешний	свойственно почтительное отношение к природе, но при этом существует

контроль	стремление взять природу под контроль и использовать для достижения своих целей
Личные связи/универсализм	личные связи выше правил. Для партикуляристских культур характерен приоритет человеческой дружбы, человеческих отношений. Правила могут быть приемлемы и исполняемы, но из них в определенных случаях делаются определенные исключения
Отношение к богатству	люди верят, что богатство – это результат труда, но, с другой стороны, считают, что также необходимо везение и удача
Индивидуализм/ коллективизм	в целом для белорусского общества характерен средний (умеренный) уровень коллективизма и индивидуализма
Отношение господства (дистанция власти)	общество в высокой степени делегирует полномочия и позволяет власти вмешиваться в свою жизнь; согласны, чтобы все решения принимало за них руководство, страх принимать решение самостоятельно; также необходимость в централизованном типе системы, страх перед начальством
Отношение к труду	высокий показатель трудолюбия
Степень открытости	белорусское общество может перенимать чужой опыт и вступать с ним в симбиоз, но со значительным временным лагом и трудностями

Для белорусского предпринимательства характерно:

1. Создание паритетных отношений между личностью и группой; интересы группы важны, но не забывается и личная выгода;
2. Принимается необходимость конкуренции и соперничества;
3. Неравенство в группе – нормальное явление; восприятие иерархичности как естественный порядок вещей; неравенство в распределении полномочий;
4. Пассивность и строгая подчиняемость;
5. Акцент на традиционные схемы поведения;
6. Приоритет межличностных отношений в принятии решений; анализ ситуации и принятие решений зависят от людей, вовлеченных в ситуацию, субъективность;
7. Стремление к регулированию работы других, стремление к контролю деятельности;
8. Необходимость руководства и четко прописанных формальных правил; отторжение инноваций и низкая степень адаптации к ним;
9. Нелюбовь к переменам (особенно быстрым), всему новому и странному, чужому;
10. Краткосрочность планирования; жить преимущественно настоящим и прошлым; фиксация норм;
11. Баланс между необходимостью проявлять эмоции, как в личной жизни, так и в профессиональной и попыткой сохранить нейтральность и объективность;
12. Отторжение быстрых изменений; необходим большой временной лаг к привыканию к новому типу поведения, высокие издержки.

Таким образом, на современном этапе важную роль имеет исследование вопросов влияние неформальных институтов на эффективность функционирования предприятий, так как именно неформальные институты и корпоративная культура оказывают принципиально важное влияние на развитие производства и качество управленческих решений.

Список литературы

1. *Латов Ю.В., Вукулова Т.С.* Экономическая ментальность россиян // 2012. http://ecsocman.hse.ru/db/msg/115492.html.

2. *Губанов Н.И.* Менталитет и формы его проявления в современном обществе: автореф. дисс. …канд. филос. наук: 09. 00. 11 / Н.И. Губанов; Рос. академ. мед. наук. – Москва, 2007. С. 3 – 24.

3. *Кириенко В.В.* Менталитет современных белорусов (социологический анализ). Дисс. … докра социологических наук 22.00.06. 2007. С. 25 – 32.

УДК 658.8

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ НЕПРЕРЫВНЫХ ОТРАСЛЕЙ
ECONOMIC MECHANISMS OF RISK-MANAGEMENT OF ENTERPRISES OF CONTINUOUS INDUSTRIES

Силакова Вера Владимировна
Silakova Vera Vladimiovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: vvsilakova@mail.ru)

Аннотация: Переход экономики России к этапу импортозамещения происходит в условиях повышения рисков для промышленного сектора экономики. Это обуславливается, с од-ной стороны, достаточно устаревшей структурой основных фондов промышленности, ко-торые имеют износ до 50%, большинство предприятий построены 50 лет назад.

Abstract: The transition of the Russian economy to the stage of import substitution occurs in the context of increasing risks for the industrial sector of the economy. This is due, on the one hand, to the rather outdated structure of fixed assets in industry, which have depreciated up to 50%; most of the enterprises were built 50 years ago.

Ключевые слова: производственное развитие, риски, достижимый рост.

Keywords: production development, risks, achievable growth.

Переход экономики России к этапу импортозамещения происходит в условиях повышения рисков для промышленного сектора экономики [1-5]. Это обуславливается, с од-ной стороны, достаточно устаревшей структурой основных фондов промышленности, ко-торые имеют износ до 50%, большинство предприятий построены 50 лет назад. А, с другой – ограничением финансовых возможностей внедрения более современных безрисковых технологий производства и управления, ввиду условий санкций, в которых находится в настоящее время Россия. Подобная ситуация резко повышает важность и значимость организационных механизмов и мероприятий управления рисками промышленных предприятий [6-11], а также интенсификации инновационных процессов разработки импортозамещающих технологий. Последние годы развития экономики России характеризуются переходом к долгосрочному стратегическому планированию, по поручению Президента и Правительства идет разработка Стратегии-2030, в рамках которой также разрабатываются различные отраслевые стратегии развития [8]. Например, Стратегия развития легкой промышленности до 2025 года (2015). Необходимо отметить, что в качестве легкой промышленности рассматривается «вся технологическая цепочка от производства сырья до оптовой торговли», включающая крупный комплекс предприятий, обладающих повышенным уровнем рисков. К таким предприятиям можно отнести те, на которых осуществляется химический синтез, производство химических волокон, искусственных кож и пленочных материалов, текстильное производство (включая химико-технологическое по содержанию отделочное производство), производство нетканых материалов, кожевенное производство и другие. При этом, проектом Стратегии уделяется большое внимание вопросам производственной безопасности (6 упоминаний в тексте), экологизации производства (4 упоминания, что можно рассматривать в качестве систематической составляющей рисков промышленных предприятий), то есть стратегическое развитие отраслей предполагает развитие системы управления, в том числе, промышленными рисками.

Экономические механизмы, которые обуславливают внедрение мероприятий, ин-новаций и, в конечном счете, инвестиций, направленных на управление рисками предприятий, можно свести к механизму воспроизводства факторов производства и акционерному механизму (в зависимости от характера владения компанией: публичного или непубличного). Автором предложена оганизационно-функциональная схема реализации экономического механизма

управления рисками предприятий в условиях импортозамещения на базе сбалансированной системы показателей (рис. 1). Реализация обоих названных механизмов обеспечивается через механизмы формирования прибыли компании, в конечном итоге, через механизмы обеспечения роста доходов компании. Предлагается производить моделирование экономического механизма принятия управленческих решений системы управления рисками предприятия непрерывного производства на основе модели достижимого роста Ван Хорна (SGR), приведенной для условий несбалансированных по времени показателей роста собственного капитала и роста объемов продаж [2].

Рис.1. Реализация экономического механизма в структуре управления рисками промышленных предприятий (разработано автором)

В качестве примера использования модели SGR приведена формула расчета для решения задачи обоснования инвестиций в мероприятия по сокращению процессного риска:

$$SGR = \frac{\left(Eq_0 + NewEq - Div\right)\times\left(1+\frac{\Delta}{Eq}\right)\times\frac{S}{A}\times\frac{1}{S_0}}{1-\left[\frac{Np + R_{tr} * NpTC}{S}\times\left(1+\frac{\Delta}{Eq}\right)\times\frac{S}{A}\right]} - 1 \quad , \qquad (1)$$

где SGR уровень достижимого роста; $NewEq$ - объем привлеченного собственного капитала; Div - абсолютная сумма годовых дивидендов; $\frac{S}{A}$ - отношение объема продаж к общей величине активов; Eq_0 - начальный размер собственного капитала; S_0 - начальный объем продаж; $\frac{A}{S}$ - отношение общей величины активов к объему продаж; $\frac{NP}{S}$ - коэффициент прибыльности (отношение чистой прибыли к объему продаж; $\frac{\Delta}{Eq}$ - коэффициент, определяющий соотношения заемных и собственных средств;, Rtr – сумма

исключаемых в результате мероприятий по устранению рисков компенсационных выплат по факторам операционных рисков (плата за выбросы в атмосферу и водный бассейн, плата за утилизацию твердых отходов производства, прочие выплаты), NpTC – коэффициент налогообложения прибыли, специфический для данного предприятия, который определяется отношением чистой прибыли к валовой прибыли (которые берутся за текущий год или за несколько лет).

Использование модели достижимого роста в качестве модельной основы учета экономического механизма управления рисками позволяет:

1) Оценить базовый предел достижимого прироста выручки от операционной деятельности в существующих условиях риска.

2) Оценить предел достижимого прироста выручки от операционной деятельности в условиях снижения издержек на факторы риска.

3) На основании понимания предела достижимого прироста построить финансовую модель роста выручки и прибыли компании (с учетом маркетинговой, операционной, финансовой составляющей стратегии) на горизонт стратегического планирования.

4) С учетом результатов финансового моделирования провести сравнение и анализ обоснования решения об инвестициях в мероприятия и технические средства снижения процессных рисков (на основе моделирования срока окупаемости, возврата на инвестиции, внутренней нормы доходности и т.п.).

5) Получение оценки величины достижимого роста в рамках каждого сценария по страховым и предупредительным мероприятиям позволяет произвести финансовое моделирование, например, показателей денежного потока, что в конечном итоге позволяет произвести наиболее целесообразной политики предупредительных мероприятий и политики страхования возможных событий аварийного риска предприятий непрерывного типа.

6) Принять решение о реализации инвестиционного проекта, направленного на сокращение рисков предприятий непрерывного типа.

На предмет оценки уровня достижимого роста при текущих финансовых показателях, а анализа резервов повышения достижимого роста при совершенствовании политики управления рисками был произведен межотраслевой анализ российских предприятий на основе данных их публичной отчетности. Объектом данного исследования являются предприятия непрерывного типа, то есть, в производстве которых используется «автоматизированное оборудование, которое работает круглые сутки для непрерывного изготовления одинакового по характеристикам продукта в больших объемах». Даная сфера охватывает текстильное, химическое, нефтехимическое, металлургическое, целлюлозно-бумажное производства, а также производства других отраслей, применяющие химико-технологические процессы на основе установок как непрерывного, так и периодического типа. Анализ финансовых показателей компаний-представителей ряда российских отраслей промышленности (рассмотрены акционерные общества: в отрасли общей химии и минеральных удобрений: «Еврохим», «НАК «Азот»», «Фосагро-Череповец»; в металлургии: «Северсталь»; в текстильной промышленности и производстве химических волокон: «Куйбышев Азот», ХБК «Шуйские ситцы»), с точки зрения моделирования уровня достижимого роста по текущим данным финансовой отчетности [6]. Он показал существенное влияние на расчетное значение SGR политики акционеров в части структурирования активов и бизнес-процессов группы компаний. Расчетное значение SGR для компаний, структурирующих свой бизнес межу несколькими юрисдикциями при использовании данных финансовой отчетности, может быть, сильно искажено. В результате чего, на управленческом уровне следует рекомендовать использование данных управленческого учета. На примере кейса ХБК «Шуйские ситцы» определено, что снижение операционных рисков может быть внутренним резервом повышения эффективности и развития предприятий текстильной отрасли в условиях импортозамещения.

Список литературы

1. Белгородский В.С., Дружинина И.А., Генералова А.В. Современные методы стратегического менеджмента. Москва: МГУДТ, 2015. 114 с.

2. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами. Пер. с англ./ Гл. ред. Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 1999. 800 с.
3. Зотикова О.Н., Лебедев А.Л. К вопросу оценки инвенций при производстве продукции из химических волокон// Химические волокна. №2. 2008. с. 60-63.
4. Недосекин А.О. Финансовый менеджмент на нечетких множествах. – М.: Аудит и финансовый анализ, 2003. – 160 с.
5. Недосекин А.О., Рейшахрит Е.И., Ильенко Е.П. Нетрадиционный подход к обеспечению безопасности на горнодобывающих предприятиях на уровне системы мотивации персонала // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера. №2. 2016. с.30-39.
6. Официальный Сайт Ивановского ГЭУ: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ivanovo.ac.ru/
7. Приказ Ростехнадзора от 11.04.2016 №144 «Об утверждении Руководства по безопасности "Методические основы по проведению анализа опасностей и оценки риска аварий на опасных производственных объектах"».
8. Прогноз долгосрочного социально–экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России).
9. Силакова В.В. Моделирование акционерного механизма в системе управления производственными рисками предприятий непрерывного типа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2017. № 6. С. 3-11.
10. Силакова В.В. Экономические механизмы управления технологическими рисками в промышленности: монография. - Воронеж: Научная книга, 2012. 120 с.
11. Zimmer J.F. Fukusima disaster factors breakdown analyses. //J. Nuclear Regulatory Commission, №3, 2011, p.2-18.

УДК 338.24

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПОРТФЕЛЯ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИИ
INCREASE OF EFFICIENCY OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ACTIVITY IN THE SYSTEM OF ADDITIONAL PROFESSIONAL EDUCATION BASED ON THE ANALYSIS OF THE COMPANY'S SERVICE PORTFOLIO

Сомкова Маргарита Юрьевна *, Иващенко Наталия Сергеевна **
Samkova Margarita Yur'evna*, Ivashchenko Natalia Sergeevna**

** Государственное автономное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования города Москвы*
Московский Центр развития кадрового потенциала образования
(ГАОУ ДПО МЦРКПО)
** State autonomous educational institution of additional professional education of the city of Moscow*
Moscow Center for the Development of Human Resource Education
(GAEUI APE MCDHRE)
(e-mail: ritasomkova@mail.ru),
*** Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва*
***The Kosygin State University of Russia, Moscow*
(e-mail: suncycle@mail.ru)

Аннотация: в статье рассматриваются перспективы развития дополнительного профессионального образования (ДПО) на основе анализа портфеля услуг организации. Определены показатели и критерии оценки портфеля услуг организации в целом и, в частности, в системе ДПО. Выявлена специфика образовательных программ в сфере ДПО.

Abstract: in the article the prospects of development of the additional professional education (APE) based on the analysis of the company's service portfolio are considered. Indicators and evaluation criteria of the company's service portfolio in general and, in particular, in the APE system are defined. The specificity of educational programs in the field of APE is revealed.

Ключевые слова: портфель услуг, образовательные услуги, дополнительное профессиональное образование.

Keywords: portfolio of services, educational services, additional professional education

Портфельный анализ услуг как основа формирования стратегии развития учреждения заключается в совокупности относительно самостоятельных направлений деятельности образовательного учреждения. Основная цель портфельного анализа направлена на обеспечение согласования стратегий и распределение финансовых ресурсов между различными хозяйственными подразделениями. Анализ портфеля услуг дает возможность оценить эффективность деятельности с целью определения стратегических перспектив развития.

Портфель услуг – это совокупность относительно самостоятельных стратегических единиц бизнеса в натуральном и стоимостном выражении, принадлежащих одному и тому же владельцу [4].

Методы проведения портфельного анализа услуг являются типовыми инструментами по решению организационных вопросов, позволяют произвести достаточно простую, но точную оценку отдельных услуг [2]. Все методы портфельного анализа предполагают декомпозицию услуг на определенные бизнес-единицы (стратегические зоны хозяйствования, СЗХ) с целью определения их относительной приоритетности при распределении финансовых, кадровых и других ресурсов, а также разработки рекомендаций по повышению эффективности организационно-экономической деятельности учреждения ДПО [3]. Под СЗХ в нашем случае будем понимать группы образовательных услуг, которые оказывает образовательное учреждение ДПО. Методы анализа портфеля услуг между собой отличаются по количеству показателей и факторов, которыми они оперируют (таблица 1).

Таблица 1 – Методы анализа портфеля услуг [1]

Группа методов	Методы
Однофакторные методы	АВС-анализ, операционный анализ, метод, основанный на жизненной цикле, анализ прибыли, анализ рентабельности и т.д.
Двухфакторные («матричные»)	матрица БКГ, XYZ-анализ, матрица Маркон, матрица General Electric, матрица Ансоффа, матрица «Привлекательность рынка – позиция услуги» и др.
Многофакторные модели	кластерный анализ, имитационное моделирование, ранжирование групп услуг, метод экспертных оценок, метод статистических корреляций и т. д.
Прочие методы	матрица построения пространства восприятия, матрица совместных покупок и др.

В большинстве случаев, портфель услуг организации анализируется и оценивается по нескольким методам, которые дают возможность разносторонне оценить образовательные услуги, охватывая практически все основные признаки, такие как: цены, затраты, прибыль, рентабельность, жизненный цикл услуги, доля рынка, объем услуг и др.

Исследование портфеля услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО проводилось с помощью однофакторного портфельного метода – АВС-анализа. В основе АВС-анализа лежит правило Парето (принцип 80/20), согласно которому 20 процентов усилий обеспечивают 80 процентов результата, а остальные 20% результата достигается 80 процентами усилий [5].

Данный метод направлен на выявление наиболее продуктивных образовательных услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО, целесообразность осуществления которых является социально оправданной для образовательного учреждения. В качестве критерия оценки портфеля услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО было выбрано количество людей, прошедших обучение по

программам ДПО. Выбор данного критерия обусловлен спецификой деятельности ГАОУ ДПО МЦРКПО, которая заключается в социальном характере услуг ДПО. Учреждение выполняет государственный заказ и не преследует коммерческие цели [6]. Именно поэтому важно количество людей повысивших свою квалификацию и/или получивших профессиональную переподготовку, а не прибыль или рентабельность.

В портфеле услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО было выделено 14 направлений услуг ДПО. Критерием группировки услуг ДПО выступило деление на обучающие отделы (кафедры).

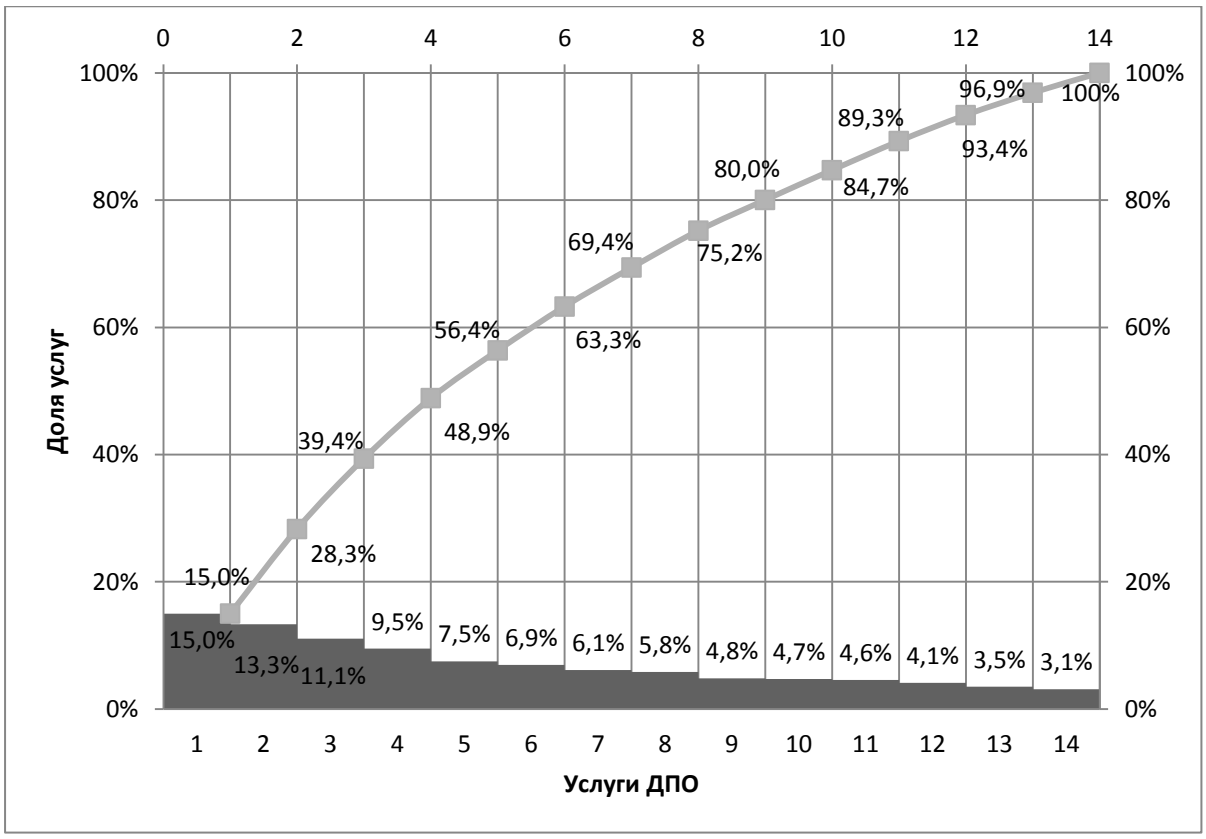
Период оценки – первый квартал 2019 года.

Результаты АВС-анализа по количеству образовательных программ повышения квалификации и профессиональной переподготовки приведены в таблице 2 и для наглядности представлены на рисунке 1.

Таблица 2 – АВС-анализ портфеля услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО по количеству людей, прошедших обучение в I квартале 2019 года

Услуги ДПО по отделам	Кол-во чел.	Удельный вес	
		от общего количества	накопительным итогом
1	2	3	4
1. Услуги ДПО отдела сопровождения ГИА	840	15,0%	15,0%
2. Услуги ДПО отдела социально-гуманитарного образования	746	13,3%	28,3%
3. Услуги ДПО отдела дошкольного и начального образования	620	11,1%	39,4%
4. Услуги ДПО отдела внедрения цифровых технологий образования	531	9,5%	48,9%
5. Услуги ДПО отдела естественнонаучного образования	420	7,5%	56,4%
6. Услуги ДПО отдела координации и сопровождения проектов развития кадрового потенциала	387	6,9%	63,3%
7. Услуги ДПО отдела подготовки управленческих кадров и развития лидерского потенциала	342	6,1%	69,4%
8. Услуги ДПО отдела по подготовке педагогических кадров художественно-эстетического цикла	326	5,8%	75,2%
9. Услуги ДПО отдела внедрения интерактивных образовательных технологий	270	4,8%	80,0%
10. Услуги ДПО отдела инклюзивного образования	263	4,7%	84,7%
11. Услуги ДПО отдела публичных коммуникаций	255	4,6%	89,3%
12. Услуги ДПО отдела современных технологий развития кадрового потенциала работников образования	230	4,1%	93,4%
13. Услуги ДПО отдела дополнительного образования и воспитания	196	3,5%	96,9%
14. Услуги ДПО отдела по сопровождению реализации концепции математического образования	174	3,1%	100,0%
Всего	5600	100,0%	-

Источник: рассчитано автором по данным [6]



Источник: построено автором на основе собственных расчетов

Рис. 2. График Парето ABC-анализа портфеля услуг ГАОУ ДПО МЦРКПО по количеству людей, прошедших обучение в I квартале 2019 года

Из графика Парето видно, что самые популярные услуги дополнительного профессионального образования, получаемого в ГАОУ ДПО МЦРКПО, это услуги под номерами 1-9: сопровождения ГИА, социально-гуманитарного образования, дошкольного и начального образования, внедрения цифровых технологий образования, естественнонаучного образования, координации и сопровождения проектов развития кадрового потенциала, подготовки управленческих кадров и развития лидерского потенциала, подготовки педагогических кадров художественно-эстетического цикла, внедрения интерактивных образовательных технологий.

В I квартале 2019 года услуги по перечисленным выше направлениям ДПО получили 4482 человека, что составляет 80% от общего числа людей, окончивших обучение по программам ДПО.

Оставшимися услугами ДПО под номерами 10-14 (инклюзивного образования, публичных коммуникаций, современных технологий развития кадрового потенциала работников образования, дополнительного образования и воспитания, сопровождения реализации концепции математического образования) воспользовалось всего 1118 человека, что составляет всего 20% от общего числа людей, окончивших обучение по программам ДПО. Данные услуги наименее востребованы.

Однако, учитывая, что развитие ДПО является важной составляющей государственной социальной политики в области образования, мы не можем удалить наименее востребованные услуги из портфеля ГАОУ ДПО МЦРКПО.

В качестве повышения эффективности организационно-экономической деятельности ГАОУ ДПО МЦРКПО можно рекомендовать следующие изменения в отделах (на кафедрах) под номерами 10-14:

1. Обновить программы обучения.
2. Разработать новые актуальные программы обучения.
3. Рассмотреть возможность объединения некоторых отделов в целях сокращения затрат и экономии бюджетных средств. Например, можно объединить отдел инклюзивного образования с отделом дополнительного образования и воспитания, а отдел публичных коммуникаций

объединить с отделом современных технологий развития кадрового потенциала работников образования.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что применение портфельного анализа дает возможность оценить привлекательность предоставляемых услуг ДПО для потребителей, их конкурентоспособность, возможность увеличения объема их реализации. Анализ портфеля услуг ДПО проводится под углом потребностей клиентов и перспектив организации. В силу этого удается сформировать оптимальный портфель услуг ДПО, что несомненно приведет к повышению эффективности организационно-экономической деятельности учреждения ДПО.

Список литературы

1. *Бакытова Н.Р.* Преимущества и недостатки портфельного анализа как метода разработки стратегии организации// Научные идеи в контексте модернизации современного общества. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 12-15.
2. *Коннова С.Н.* Методические подходы к портфельному анализу// Перспективы развития строительного комплекса. 2016. № 1. С. 128-131.
3. *Наумнов А.Е.* Практические аспекты использования портфельного анализа// Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. № 1. С. 223-227.
4. *Склярова О.А.* Сущность портфельного анализа// Актуальные направления развития учета, анализа, аудита и статистики в современной экономике Материалы Международной научно-практической конференции. Посвящается 65-летию Учетно-экономического факультета. Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». 2018. С. 214-217.
5. Диаграмма Парето: правила и нюансы построения // http://analyticalinfographics.ru/?page_id=124 (дата обращения 08.04.2019).
6. Официальный сайт Государственного автономного образовательного учреждения дополнительного профессионального образования города Москвы «Московский центр развития кадрового потенциала образования» // https://mcrkpo.ru/raspisanie.html (дата обращения 08.04.2019).

УДК 339.924

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕГО ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА ГОСУДАРСТВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА
THE PROSPECTS OF THE GENERAL ELECTRIC POWER MARKET FORMATION IN THE COUNTRIES OF EURASIAN ECONOMIC UNION

Сопилко Наталья Юрьевна
Sopilko Natalya Yurievna

Российский государственный социальный университет, Россия, Москва
Russian State Social University, Russia, Moscow
(e-mail:sheremett73@gmail.com)

Аннотация: Рассмотрены вопросы формирования общего электроэнергетического рынка в регионе Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Проанализирован ресурсный потенциал в области электроэнергетики государств ЕАЭС. Охарактеризованы основные факторы, способствующие и препятствующие электроэнергетической интеграции для дальнейшего определения перспектив этого процесса в регионе.

Abstract: The main questions of a common electric power formation in the region of the Eurasian Economic Union are observed. Resource potential in a field of electric power in countries of the EEU is analyzed. The basic factors which can encourage or prevent an electric power integration are characterized for the further prospects division of this process in region.

Ключевые слова: общий рынок, электроэнергетическая интеграция, регион ЕАЭС.

Keywords: common market, electric power integration, EEU region.

В условиях развития интеграционных процессов в мировой экономике приоритетным направлением для многих стран является формирование общих рынков. Как правило, изначально взаимное сотрудничество развивается в конкретных экономических сферах, имеющих стратегическое значение для стран, и предполагается, что в случае успешной конвергенции, будут получены определенные интеграционные эффекты, дающие толчок к кооперации сначала в смежных отраслях экономики, а затем и в других. Для государств Евразийского экономического союза, в которых процесс формирования общих рынков был начат и получил свое развитие в период 2015-2016 гг., вопросы перспектив этого процесса приобретают особую актуальность в настоящее время.

В сложившихся геополитических условиях и экономической ситуации в мире важным аспектом для большинства стран является энергетическая безопасность, позволяющая обеспечивать бесперебойное энергоснабжение национальных экономик, в том числе и стран ЕАЭС. Поэтому именно электроэнергетическая интеграция имеет особое значение для этого региона.

Процесс формирования общего электроэнергетического рынка представляет собой создание единого электроэнергетического пространства и является относительно новым явлением в мировой экономике и энергетике. Он основан на разработке стратегий, включающих согласование и принятие общих нормативно-правовых документов, а также на развитии энерготранспортной инфраструктуры [1]. Целью электроэнергетической интеграции является эффективное использование экспортных возможностей общего рынка электроэнергии этих стран, создание онлайн-площадок для торговли электроэнергией, развитие межгосударственных электрических сетей, доступных технологий и инновационных решений в области энергобезопасности, энергоэффективности и энергосбережения и т.д.

Энергетический сектор – играет системообразующую роль для экономик всех государств-членов ЕАЭС, в первую очередь, России и Казахстана. Доля ТЭК в совокупном ВВП стран ЕАЭС составляет 17%, в совокупном промышленном производстве – 33%. Главными производителями, нетто-экспортерами и потребителями энергоресурсов в ЕАЭС являются Россия и Казахстан. Остальные страны ЕАЭС являются нетто-импортерами энергоресурсов [2].

За долгие годы формирования единого энергетического комплекса СССР, в странах ЕАЭС сложились и действуют масштабные объекты общей энергетической инфраструктуры, отмечается высокий уровень развития системы добычи, транспортировки и переработки энергетических ресурсов, а также имеется значительное количество энергоресурсов. Анализируя показатели совокупного электроэнергетического ресурсного потенциала государств ЕАЭС по состоянию на 2014 г. (таблица 1) [3], можно констатировать, что все эти факторы способствуют поддержанию цен на энергоносители на достаточно низком уровне относительно мировых, и тем самым обеспечивают устойчивость развития региона, и стимулируют развитие электроэнергетической интеграции [4].

Таблица 1. Потенциал электроэнергетических ресурсов государств ЕАЭС

Показатель	**ЕАЭС всего:**	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
1. Установленная мощность, ГВт	**279,3**	4,2	10,2	20,8	3,8	240,3
2. Производство электроэнергии, млрд. кВтч	**11210,4**	7,8	34,7	94,6	14,6	1058,7
3. Потребление электроэнергии, млрд. кВтч	**1203,2**	6,8	38,0	92,5	14,7	1051,2
4. Экспорт электроэнергии, млрд. кВтч	**20,4**	1,2	0,5	3,9	0,3	14,5
5. Импорт электроэнергии, млрд. кВтч	**13,2**	0,2	3,8	1,8	0,4	7,0
6. Протяженность линий электропередачи напряжением 220 кВ и выше, тыс. км	**169,8**	1,5	6,9	23,4	2,3	135,7

Однако, необходимо подчеркнуть и те проблемы, которые присутствуют в настоящее время в области энергетики всех государств-участниц ЕАЭС. Это проблема устаревания основных фондов (уровень износа основных фондов достигает зачастую 70 %); низкая восприимчивость к внедрению инноваций; технологическая отсталость и низкая производительность труда; дефицит кадрового обеспечения высокой квалификации и т.д. Это конечно же и устаревшая морально и физически промышленная инфраструктура и производственные фонды, что сопряжено с определенными организационными и техническими трудностями в удовлетворении постоянно растущих потребностей как внутреннего, так и внешнего рынков. Требуется разработка, а главное внедрение передовых технологий, новой техники, нового оборудования на предприятиях. Чему препятствует, с одной стороны неблагоприятный инвестиционный климат, а с другой – низкая конкурентоспособность и т.д. [5]. В настоящее время энергетические рынки государств ЕАЭС – это малоемкие, локализованные или фрагментированные рынки. Нет единых нормативно-правовых документов, правил, принципов госрегулирования. Что не позволяет расширять свое присутствие на мировой арене и не способствует экономическому росту.

В этой связи для электроэнергетики стран ЕАЭС одним из главных направлений, по нашему мнению, играющих важную роль в этой сфере, является поэтапное формирование общего электроэнергетического рынка на основе параллельно работающих электроэнергетических систем государств, которые должны быть подкреплены на правовом и законодательном уровне.

Основные цели и принципы регулирования энергетических рынков в рамках ЕАЭС определяются Договором о Евразийском экономическом союзе, подписанным 29 мая 2014 г. президентами Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации и вступившем в силу 1 января 2015 г. Договор предусматривает переход государств-членов ЕАЭС к более высокому уровню интеграции – формированию крупнейшего на постсоветском пространстве общего электроэнергетического рынка с огромным производственным, научным и технологическим потенциалом и колоссальными природными ресурсами. Общий электроэнергетический рынок, согласно Договору, был намечен на 1 июля 2019 г.

В связи с этим, в первую очередь разрабатываются и утверждаются регулирующие документы в сфере электроэнергетики:

– концепция формирования общего электроэнергетического рынка, которая утверждена в мае 2015 г. (срок согласно Договору – до 1 июля 2015 года),

– программа формирования общего электроэнергетического рынка, которая утверждена в декабре 2016 г. (на 6 месяцев позже срока, установленного согласно Договору).

7 сентября 2018 г. Коллегия ЕЭК приняла Распоряжение № 142 «О проекте Протокола о внесении изменений в Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года (в части формирования общего электроэнергетического рынка Евразийского экономического союза)»[https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01118876/clco_12092018_142_doc.pdf]. В соответствии с данным распоряжением одобренный Коллегией ЕЭК проект Протокола о внесении изменений в Договор о ЕАЭС от 29 мая 2014 года (в части формирования общего электроэнергетического рынка Евразийского экономического союза) направлен в государства-члены для проведения внутригосударственного согласования.

В настоящее время документ, регулирующий развитие общего электроэнергетического рынка стран ЕАЭС «Международный договор о формировании общего электроэнергетического рынка», находится в статусе: «разработан проект, направлен в государства-члены на внутригосударственное согласование» [6]. То есть можно отметить, что программа формирования общего электроэнергетического рынка ЕАЭС в основном завершена и должна вступить в действие в ближайшее время.

Таким образом, можно отметить, что наряду с существующими проблемами в области электроэнергетики в странах ЕАЭС, в регионе имеется достаточный ресурсный потенциал, способствующий электроэнергетической интеграции стран, и наряду с этим, множество других факторов, которые также способствуют этим процессам. Среди таких факторов и имеющееся осознание общности геополитических и экономических интересов России, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана и Армении на уровне правительств стран, также выбранный четкий интеграционный вектор, подкрепленный наличием общих тесных культурных и экономических

связей и др.

Ключевыми направлениями электроэнергетических интеграционных процессов государств ЕАЭС, по нашему мнению, должно стать общее развитие энерготранспортной инфраструктуры, согласование и принятие нормативно-правовой базы, а также разработка «дорожной карты» по формированию общего энергетического рынка, в которой будут учтены возможные эффекты интеграции, а именно: эффект масштаба, эффект соседства, снижение издержек по производству материальных ресурсов, синергизм и др. Такие меры в будущем позволят усиливать как тесноту производственно-технологических связей этих стран в этой сфере, а также будут способствовать обеспечению устойчивого энергетического развития государств-участников и энергетической безопасности региона в целом.

Список литературы

1. *Телегина Е.А.* Современная экономическая интеграция и формирование единого энергетического пространства. Т.1. Экономическая и энергетическая интеграция: опыт Европейского Союза / Е.А. Телегина, Г.О. Халова и др. М.: Российский государственный университет нефти и газа им. И.М. Губкина. 2016. 219 с.
2. *Магомедалиев А.С., Сопилко Н.Ю.* Ход формирования общих энергетических рынков Евразийского экономического союза: результаты, задачи и перспективы // Инновации и инвестиции. 2018. № 3. С. 93-96.
3. *Мансуров Т. А.* Создание общих рынков энергоресурсов ЕАЭС. Общий электроэнергетический рынок союза. http:// http://www.eurasiancommission.org/ru.pdf (дата обращения: 22.04.2019).
4. *Dynkin A., Telegina E., Khalova G.* The role of the Eurasian economic union in the formation of great Eurasia. World Economy and International Relations, 2018, 62 (4), pp. 5-24.
5. *Телегина Е.А*. Евразийский экономический союз: формирование, становление и развитие / Е.А. Телегина, Г.О. Халова, Н.Ю. Сопилко, Н.И. Иллерицкий. М: РУСАЙНС. 2019. 74 с.
6. Официальный сайт ЕЭК. http://www.eurasiancommission.org/ (дата обращения: 23.04.2019).

УДК 671.1.658

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ЮВЕЛИРНЫХ ТОВАРОВ НА ОСНОВЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ ОЦЕНКИ
FORMATION OF COMPETITIVE ASSORTMENT OF JEWELRY GOODS ON THE BASIS OF BUYER EVALUATION

Сыцко Валентина Ефимовна, Багрянцева Екатерина Петровна, Кузьменкова Наталья Владимировна
Sytsko Valentina Ephimovna, Bagryantseva Ekaterina Petrovna, Kuzmenkova Natallya Vladimirovna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации
Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы формирования конкурентоспособного ассортимента ювелирных товаров ОАО «Белювелирторг» на основе потребительской оценки. Это объясняется, как повышением спроса на ювелирные товары внутри страны, внешних рынках и возможности импортозамещения.

Abstract: The article deals with the formation of a competitive assortment of jewelry products of OJSC «Beljewelertrade» on the basis of consumer appraisal. This is explained by an increase in demand for jewelry products within the country, external markets and the possibility of import substitution.

Ключевые слова: ювелирные изделия, структура, ассортимент, оценка, золото, качество, оптимизация.

Key words: jewelry, structure, assortment, valuation, gold, quality, optimization.

Современный рынок ювелирных изделий зависит от такого фактора, как сырьевая база. Основным потребителем золота является ювелирная промышленность. Мировой рынок ювелирных изделий очень динамичен и растет с каждым годом. Мировые объемы добычи и производства золота с 2014 по 2017 гг. возросли с 3131,5 тонн до 3246,6 тонн[1]. Основными лидерами в добыче золота являются: Китай, Австралия, Российская Федерация, США, Канада и Перу. На ювелирное производство уходит 90% добытого золота. Наибольший сегмент в производстве ювелирных изделий занимают изделия с драгоценными камнями (45%), далее идут ювелирные изделия из золота (43.5%).

Основными производителями ювелирных изделий являются компании: HarryWinston, Buccelatti, Graff, Tiffane&Co, Bulgari, Mikomoto. Основными потребителями ювелирных изделий являются Индия, Китай, Италия, США, Российская Федерация. В Республике Беларусь ювелирное производство представлено: ОАО «Гомельское ПО «Кристалл», ювелирный завод «Зорка», ООО «Эгретт» и др. [2].

ОАО «Белювелирторг» является ведущей торговой организацией в сфере торговли ювелирными товарами в Республике Беларусь. В 2012 году она включена в государственный холдинг «Кристалл-Холдинг». Порядка 60% ювелирных изделий формируется за счет производителей Республики Беларусь (значительная часть на базе ассортимента ОАО «Гомельское ПО «Кристалл». Около 30% ювелирных изделий поступают от производителей Российской Федерации, Италии, Турции, Молдовы и т.д. Структура товарооборота за последние 3 года изменилась в сторону увеличения реализуемых ювелирных изделий из золота (с 46% в 2014 году до 56% в 2017 году)[3].

Рынок предполагает ориентацию производства и торговли на удовлетворение нужд и интересов потребителей. Без понимания того, что покупают потребители невозможно производить оптимизацию ассортимента товаров. Для изучения покупательской оценки структуры ассортимента ювелирных украшений из золота, реализуемых ОАО «Белювелирторг» было проведено анкетирование, в ходе которого опрошено 100 респондентов различного возраста, пола и уровня дохода.

Исследование было проведено при помощи интернет ресурса «Google формы». Анкета представляет собой оформленную композицию вопросов, на которой респондент должен дать ответ.

Вопросы предполагают получение информации о половой принадлежности, уровне дохода опрашиваемых, их возрастной категории. Также вопросы ориентированы на определение спроса на ассортимент приобретаемых ювелирных украшений из золота; на выявление предпочтений характеристик золотого сплава; определение наиболее важных и предпочтительных характеристик.

Анализ результатов социологического опроса покупателей ювелирных изделий показал, что приобретаются изделия как отечественного (62%), так и импортного производства (38%).

Среди опрошенных респондентов 14% приобретали ювелирные изделия ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» и других отечественных ювелирных предприятий. Большее предпочтение отдается покупателями изделиям производства ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» (74%). Все опрошенные респонденты приобретают ювелирные изделия, относящиеся к предметам личных украшений (100%). Из предметов личных украшений наибольшим спросом пользуются: кольца (26%), браслеты (24 %), цепочки (23%). Несколько меньшим спросом пользуются: кулоны (9%), серьги (8%), медальон (7%). И значительно реже приобретаются колье (2%) и броши (1%).

Наиболее предпочтительным металлом является золото желтое, белое и красное. Ювелирные изделия из золота приобретаются разных проб – 585 пробы (58%), 750 пробы (24%). Потребители отдают предпочтение со вставками из камней (62%) и филигранным

украшениям (22%), изделия с гравировкой (12%). Потребители отдают предпочтение вставкам из драгоценных камней (81%).

Таким образом, исследование посредством анкетирования на интернет ресурсе «Google формы» дало следующие результаты: большинство потребителей составляют женщины (80 %);в анкетировании принимали участие респонденты всех возрастных групп; основная часть опрошенных имеет средний доход (50 %), 15,9 % – имеют возможность покупать изделия более высокой стоимости; наибольшей популярностью у опрошенных пользуется желтое золото (52,3 %); в структуре предпочтений по наличию вставки лидирующую позицию занимают ювелирные украшения со вставками из драгоценных камней (51,1 %), на втором месте – украшения без вставок (37,8 %); 93,3 % опрошенных отдали предпочтение кольцам, 64,4 % – серьгам, 37,8 % – цепям; диадемам, заколкам и бусам никто не отдал свой голос; при выборе украшений по назначению были отмечены украшения для рук (79,5 %), украшения для шеи (43,2 %), украшения для головы (20,5 %);при выборе украшения определяющим фактором 57,8 % респондентов отметили дизайн и 26,7 % – цену; половина опрошенных (51,1 %) частично довольна предложенным ассортиментом; 35,6 % довольны полностью, остальных респондентов ассортимент не удовлетворил.

Приобретая ювелирные изделия, покупатели уделяют наибольшее внимание эстетическим свойствам (77%). Среди функциональных свойств ювелирных изделий потребители на первое место ставят материал изготовления (88%), наличие вставок (10%) и материал вставок (2%).

Из эргономических свойств важным является для потребителей удобство одевания и снятия (44%) и удобство ношения (41%).

Среди эстетических свойств предпочтения распределились следующим образом: оригинальность формы (44%), фактура поверхности (36%), новизна конструкции (12%), тщательность изготовления (8%).

Как правило, чаще приобретаются единичные изделия (72%), комплектные изделия (28%).

Установлено, что наиболее значимыми свойствами, влияющими на покупательские предпочтения, являются оригинальность формы изделия; состав и содержание драгоценных металлов и камней; новизна конструкции; тщательность исполнения отдельных деталей; отделка изделия и его товарный вид.

Обеспечение качества товаров является проблемой национальной экономики во всем мире - от этого зависит устойчивость промышленного развития страны.

Как промышленность, так и торговля нуждается в комплексной оценке качества товаров, позволяющей охарактеризовать качество однородных товаров, усовершенствовать систему оценки качества большого количества товаров, основываясь на комплексе показателей.

Для проведения комплексной оценки уровня качества и конкурентоспособности ювелирных товаров на основе покупательской оценки была сформирована экспертная группа, состоявшая из товароведов и работников торговли ОАО «Белювелирторг» в составе 7 человек[4].

Были выбраны базовый и 9 оцениваемых образцов ювелирных изделий.

На основе результатов анкетного опроса по изучению покупательских предпочтений и номенклатуры показателей качества, установленной в стандартах, была разработана номенклатура потребительских свойств и показателей качества ювелирных изделий. Таким образом, для оценки уровня качества и конкурентоспособности ювелирных изделий было отобрано 10 единичных показателей: состав и содержание драгоценных металлов и камней; удобство одевания, ношения и снятия изделия; масса; оригинальность формы; новизна конструкции; фактура поверхности; наличие и характер украшения; колорит; тщательность исполнения отдельных деталей и отделки; товарный вид.

Уточнённая номенклатура потребительских свойств ювелирных изделий, отобранных для оценки их качества и конкурентоспособности, включает, в основном, эстетические

показатели, что является особенностью данной товарной группы, поскольку основная функция ювелирных изделий состоит в удовлетворении потребностей человека в прекрасном. Поэтому главным критерием при покупке данных изделий выступает их красота.

Исследовали 8 образцов колец производства ОАО «Гомельское ПО «Кристалл»– управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» (Беларусь, г. Гомель) и 2 образца колец ЗАО «Алмаз-холдинг и К^{o}» (Россия, г. Москва).

При разработке методики оценки уровня конкурентоспособности, следовали общему алгоритму определения комплексного показателя, включающие этапы: анализ ассортимента товаров на рынке с целью выбора базового образца; определение номенклатуры потребительских свойств товара, характеризующих его конкурентоспособность; изучение значимости показателей; измерение единичных показателей свойств; разработка оценочных шкал; формирование и расчёт групповых комплексных показателей качества, объединение групповых показателей качества в комплексный обобщённый показатель; расчёт интегрального и относительного показателей уровня конкурентоспособности [5].

Далее, методом ранжирования были определены коэффициенты весомости, количественно характеризующие значимость (вес) отдельного показателя, входящего в качество изделия, в их общей совокупности. Анализ показал, что наиболее весовыми показателями ювелирных изделий для потребителей являются оригинальность формы изделия (коэффициент весомости m=0,17), состав и содержание драгоценных металлов и камней (m=0,16) и новизна конструкции (m=0,14). Наименее весовыми показателями являются тщательность исполнения отдельных деталей и отделки изделия (m=0,03) и его товарный вид (m=0,02).

Для проведения оценки была разработана пятибалльная оценочная шкала.

На следующем этапе, предварительно определив показатели качества для базового и оцениваемых образцов, рассчитали их комплексные обобщённые показатели качества (Q): базовый образец Q – 4,79; Q_1– 4,41; Q_2– 4,05; Q_3– 4,52; Q_4– 4,39; Q_5– 4,07; Q_6– 3,95; Q_7– 4,18; Q_8– 3,92; Q_9– 3,68.

Уровень конкурентоспособности (К) ювелирных изделий составил: базовый образец К– 1,0; $К_1$– 1,4; $К_2$– 1,5; $К_3$– 1,3; $К_4$– 1,7; $К_5$– 1,9; $К_6$– 0,9; $К_7$–1,8; $К_8$– 0,9; $К_9$– 1,9.

Анализ показал, что все оцениваемые образцы ювелирных изделий отечественного производства (2, 4, 5, 7 и 9) являются более конкурентоспособными по сравнению с базовым образцом (К>1), т.к. обладают более низкой стоимостью по сравнению с последним.

Что касается образцов ювелирных изделий импортного производства – ЗАО «Алмаз - холдинг и К^{o}» (г. Москва), – то два оцениваемых образца (6 и 8), несмотря на их хороший уровень качества, не являются конкурентоспособными (уровень конкурентоспособности меньше 1), что объясняется их высокой стоимостью.

Таким образом, образцы ювелирных изделий ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ» по качеству не уступают образцам импортного производства, а учитывая ценовой фактор, превосходят их по уровню конкурентоспособности, поэтому можно предложить ОАО «Белювелирторг» закупать ювелирные изделия у отечественного производителя.

Исходя из результатов анализа изучения покупательских предпочтений на ювелирные изделия, реализуемые ОАО «Белювелирторг» можно предложить рекомендации по совершенствованию структуры ассортимента:

- развивать производство традиционных видов ювелирных изделий – колец, серёг, подвесок в разном стилевом оформлении (классика, авангард, фольклор), разных форм и конструкций (объемных, ажурных), оригинальных по дизайну;
- осуществлять производство цепочек и браслетов облегченных конструкций, пустотелых;
- расширить ассортимент новых видов изделий – для пирсинга, пусеты (серьги на винтиках), браслеты для ног, кольца для пальцев ног, зажимы для галстуков;

– расширить ассортимент эксклюзивных изделий.

Полученные результаты исследований позволяют разработать оптимальную структуру конкурентоспособного ассортимента ювелирных изделий для ОАО «Белювелирторг», увеличить объемы реализации и получить значительный экономический эффект.

Список литературы

1. Золотодобыча. Геология, горное дело, обогащение, металлургия, консалтинг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zolotodb.ru/article/11634. – Дата доступа: 02.02.2019.

2. *Зоткина А.Н.* Состояние и развитие рынка ювелирных изделий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/ 18191/1/Zotkina_A_N_tr_ 134_139.pdf. – Дата доступа: 05.02.2019.

3. *Карх Д.А.* Анализ рынка ювелирных изделий / Д.А. Карх, С.Р. Церегородцева, В.М. Гаянова, З. О. Фадеева // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. – Т.9, №3. – С.106-113.

4. Методология товароведных экспертиз непродовольственных товаров: монография / В.Е. Сыцко[и др]; под общ. ред. д-ра техн. наук, профессора В.Е. Сыцко. – Гомель: БТЭУ, 2017. – 228 с.

5. Управление качеством : учеб.-метод пособие /В.Е. Сыцко [и др]; под общ. ред. В.Е. Сыцко. –Минск :Выш. шк., 2008. – 192 с.

УДК 658:336.153

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ГЕНЕЗИС И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ
COMPETITIVE POTENTIAL OF THE ORGANIZATION IN TERMS OF DIGITAL TRANSFORMATION: THE GENESIS AND FORMATION FACTORS

Тушинская Кристина Васильевна
Tushinskaia Kristina Vasilevna

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, г.Гомель, Республика Беларусь
Belarusian trade and economic University of consumer cooperation, Gomel, Republic of Belarus (kristinatuschinskaja@mail.ru)

Аннотация: Изучение конкурентного потенциала организации, исследование его генезиса и факторов формирования в условиях цифровой трансформации является приоритетным направлением, поскольку конкурентная борьба выдвигает достаточно жесткие требования и формирует новые условия конкуренции. В связи с этим организациям необходимо формировать конкурентный потенциал с учетом развития инновационных технологий, сервисов, систем и т.д., который будет способен обеспечить выгодное положение среди других конкурентов на рынке.

Abstract: The study of the competitive potential of the organization, the study of its Genesis and factors of formation in the conditions of digital transformation is a priority, because competition puts forward quite stringent requirements and creates new conditions of competition. In this regard, organizations need to form a competitive potential, taking into account the development of innovative technologies, services, systems, etc., which will be able to provide a favorable position among other competitors in the market.

Ключевые слова: потенциал; экономический потенциал; цифровая трансформация; конкурентные преимущества; цифровизация.

Keywords: potential; economic potential; digital transformation; competitive advantages; digitalization.

В настоящее время развитие компьютерных технологий, а также тотальная информатизация всех сфер жизни общества вынуждают правительства всех стран решать вопрос глобальной конкурентоспособности национальных экономик, и не малую роль в решении данного вопроса играет их переориентация на цифровой путь развития. В связи с этим, выявление и формирование конкурентного потенциала субъектов рыночных отношений является важным этапом в системе мер по поддержанию конкурентоспособности всей экономики.

Для определения понятия «конкурентный потенциал организации», как экономической категории науки, необходимо остановиться на теоретических подходах к определению и возникновению понятий «потенциал», «экономический потенциал» и «конкурентный потенциал» в исследованиях русских и зарубежных ученых-экономистов.

Слово «потенциал» пришло в русский язык в конце XIX в. из французского языка в значении «могущий быть». Понятие «потенциал» произошло от латинского potentia – сила, мощь. В XX в. спектр значений слова расширился.

Следует отметить, что термин «потенциал» широко применяется в экономической литературе в качестве количественной оценки и выступает как природный, инвестиционный, интеллектуальный, экономический, ресурсный, трудовой и т.д. Из основных элементов рассматриваемого понятия большинством исследователей выделяется наличие ресурсов. Однако нужно отметить, что потенциал нельзя представить просто как совокупность каких-либо ресурсов, потому как сущность потенциала заключается во взаимодействии всех его элементов. Таким образом, потенциал представляет собой не простую сумму, а систему элементов. Определяя понятие «потенциал», следует учитывать, что в его состав входят не только ресурсы, используемые в данный момент времени, но и их резервные запасы. Рассмотрим определения понятия «потенциал», приведенные авторами в таблице 1.

Таблица 1. Определения понятия «потенциал»

Автор	Интерпретация
А. И.Введенский	Это средства, запасы, источники, имеющиеся в наличии и могущие быть мобилизованными, приведенными в действие, использованными для достижения определенных целей, осуществления плана, решения какой-либо задачи, возможности отдельного лица, общества, государства в определенной области
Т. Ф. Ефремов	Совокупность всех имеющихся возможностей, средств в какой либо области, сфере
С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова	Степень мощности в каком-нибудь отношении, совокупность каких-нибудь средств, возможностей
Ф. Н. Петров	Приводится толкование данного понятия как «мощь», «сила»
Д. Н. Ушаков	Совокупность средств, условий, необходимых для ведения, поддержания, сохранения чего-нибудь

Таблица составлена автором на основе источника [1, с. 6–11].

Известный специалист в области исследования региональной экономики К. М. Миско трактует потенциал как предел человеческих познаний внутренних, скрытых возможностей результативного использования изучаемого объекта, которые могут быть количественно оценены и в конечном счете реализованы при идеальных условиях практической деятельности.

В таком же обобщенном виде А. Н. Азрилиян и другие предлагают понимать под потенциалом совокупность имеющихся средств, возможностей в какой-либо области. В научных публикациях можно встретить и другие подходы к рассматриваемой проблеме.

Более полный и современный взгляд выносит в своих трудах Р. А. Фатхутдинов:

«потенциал организации – это суммарная стоимость ее основного, оборотного и человеческого капитала, патентного фонда, информационных технологий, брендов и других ценностей и конкурентных преимуществ организации в сферах науки, техники, технологии и управления, обеспечивающих ей конкурентоспособность».

Потенциал как отдельная часть в экономических системах разного уровня применяется довольно редко, поскольку несет в себе достаточно индивидуальное и узкое смысловое понятие. В связи с данными условиями существует необходимость рассматривать потенциал в контексте экономической составляющей системы, направлении и др. Эффективность деятельности организации любого уровня во многом обусловлена правильным формированием состава и структуры экономического потенциала [2].

В русскоязычной экономической литературе термин «экономический потенциал» одним из первых использовал Р. А. Белоусов. Авторами Большой Советской Энциклопедии он определяется, как совокупная способность отраслей народного хозяйства производить различные виды продукции и услуг в определенный исторический момент.

В своей работе А. Б. Борисов трактует экономический потенциал как совокупную способность экономики, ее отраслей, предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления.

В публикациях же западных авторов существует определенная дифференциация в использовании термина «экономический потенциал» применительно к макро- и микроуровням. На микроуровне он рассматривается как ресурсная основа деятельности компании. В работах Д. Госселина, Я. Лейсена и Ж. Вербеке ресурсная концепция экономического потенциала фирмы формируется следующим образом: «Ресурсами являются все активы и возможности, напрямую или косвенно доступные фирме, которые позволяют ей разрабатывать и реализовывать стратегию, приводящую к устойчивым конкурентным преимуществам».

Развитие социально-экономических отношений в мировом сообществе, смена форм хозяйствования и другие глобализационные процессы, которые влияют на экономическую составляющую мирового хозяйства, обосновывают формирование и выделение отдельной экономической категории «конкурентный потенциал», который является частью экономического потенциала.

Конкурентный потенциал, как новая экономическая категория конкуренции, является относительно новым понятием, ввиду этого теоретические положения относительно его значения и положения в системе цифровой экономической трансформации еще не получили должного решения [3].

В современной экономической литературе изучению конкурентного потенциала посвящено немало выдающихся трудов. Большое количество современных ученых рассматривают данную категорию во взаимосвязи с различными категориями. Однако единого подхода к трактовке понятия «конкурентный потенциал» не существует. В зависимости от того, в каком ракурсе рассматривается данный термин, можно лишь выделить ключевые элементы анализа и поиска источников формирования конкурентного потенциала. Рассмотрим экономическую сущность категории «конкурентный потенциал организации» (таблица 2).

Таблица 2 – Сущность экономической категории «конкурентный потенциал организации»

Представители	Интерпретация
А. Г. Андреев	Часть общего потенциала, обеспечивающая достижение конкурентных преимуществ компании в условиях внутрифирменных трансформаций и влияния внешних рыночных сил
О.И. Остапенко, Н. В. Верещак	Как реальная, так и потенциальная способность компании разрабатывать, изготовлять, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия

Ю. В. Таранухин	Это не набор свойств, а способность реализовать их в форме конкретных конкурентных преимуществ. Конкурентным потенциалом, т.е. конкурентной силой они становятся тогда, когда субъекты хозяйствования способны обеспечить эффективную разработку природных ресурсов, что обеспечит устойчивый экономический рост, а также когда технологические возможности воплощаются в конкурентоспособные продукты
Г. Я. Гольдштейн	Это ключевые факторы успеха, классифицированные по двум признакам: функциональному (выделение областей производства, сбыта и т.д.) и ресурсному (технология, знания, репутация, финансы)
К. П. Янковский, И. Ф. Мухарь	Конкурентные преимущества низкого порядка, связанные с возможностью использования более дешевых материалов, энергии, рабочей силы, а также высокого порядка – уникальная продукция, прогрессивная технология и высококвалифицированные специалисты, хорошая репутация компании
В. А. Баринов, А. В. Синельников	Потенциал, предполагающий две составляющие: адаптивность и инновационность. Адаптивность понимается как свойство приспосабливаемости, как форма отношений организации с внешней средой. Инновационность – как способность обновляться, это внутриорганизационные процессы перестройки по критериям: ритмичность, технологичность, минимальная себестоимость
Дэвис Стивен	Выявление и реализация внутренних резервов – стратегического потенциала, который состоит из трех слагаемых: профессионализм, знания, производственный процесс. Важно определить, чем и как стратегический потенциал фирмы отличается от стратегического потенциала конкурентов
А. Б. Идрисов	Наличие следующих факторов: внутренней компетенции, внешней компетенции, а также динамической способности. При этом конкурентную позицию предприятия определяет его способность быстро адаптироваться к изменениям на рынке и управлять имеющимися знаниями, а также высокий инновационный потенциал во всех сферах деятельности
К. М. Красноперов	Совокупность накопленных им ресурсов и доступность определенных факторов производства
Л. Ф. Чумак, Г. В. Котляр	Это взаимосвязанные «возможности»: производственно-технологические, маркетинговые, интеллектуальные, трудовые, финансово-экономические. В свою очередь, все они между собой связаны единственной связью и формируют другие виды потенциалов

Источник: собственная разработка автора на основе анализа и обзора литературы по данной проблематике

Изучая понятие «конкурентный потенциал организации», нужно отметить, что авторы дают разную интерпретацию данного понятия. В своих определениях авторы берут за основу такие экономические категории, как потенциал организации, ресурсы, способность и т.д.[2]. Однако данные интерпретации в некоторых случая сложно оценить, например такую экономическую категорию как «способность». Поэтому наиболее оправданными и обоснованными являются обоснования, которые содержат в себе экономические категории, которые могут быть оценены. Таким образом, исходя из анализа интерпретаций понятия «конкурентный потенциал» различных авторов мы выявили свое определение: конкурентный потенциал – это комплекс факторов организационно-экономической единицы, который выражается в способности обеспечивать ей устойчивое производственно-экономическое превосходство на конкурентуом рынке. Данное определение отличается от

интерпретаций других авторов тем, что в данном определении за основу берется группа факторов, влияние которых на конкурентный потенциал организации может быть определено различными методами.

Эффективное экономическое развитие, сохранение и укрепление конкурентных позиций не только на отечественном рынке, но и на международной арене в настоящее время невозможно без активного внедрения и использования инновационных технологий. Таким образом, цифровая трансформация в настоящее время является глобальным и закономерным процессом развития мировой системы общественных отношений. Цифровая трансформация, распространяя свое влияние на все сферы экономики, неизбежно создает условия, при которых конкурентный потенциал, как один из показателей отражающих конкурентоспособность, вынужден трансформироваться под существующие условия.

Условия, являющиеся предпосылкой формирования конкурентного потенциала организации, в условиях цифровой экономической трансформации:

- смена мирового порядка: переход к экономике знаний, основанной на накоплении и формировании ключевых компетенций, формирование новых условий сотрудничества компаний (корпораций), создание конкуренции внутри сети (отрасли) между ее представителями, основанной на способности генерировать уникальные знания;

- изменения основных параметров рынка в экономике, выраженных в нетрадиционном проявлении и изменении линий спроса и предложения. Кривая предложения имеет отрицательный наклон, так как современные условия цифровизации приводят к тому, что предельные издержки стремятся к нулю на значительных интервалах, а кривая спроса имеет положительный наклон, так как предельная полезность товара, услуги и т.д. увеличивается по мере роста количества участников потребления блага;

- быстрые темпы научно-технического прогресса, мощный потенциал НИОКР, ускоренные инновационные темпы являются сегодня залогом успеха любой экономической системы;

- угроза сохранения национальной безопасности страны в современных «цифровых» условиях во многом зависит от качественной системы защиты данных, что в свою очередь распространяется и на субъекты хозяйствования;

- проникновение электронных средств коммуникации, электронных услуг во все сферы деятельности, а также создание электронного правительства и электронной инфраструктуры обуславливает тот факт, что субъектам экономических отношений приходится «перестраивать» свой организационно-экономический уклад функционирования с учетом возрастающего влияния цифровизации;

- доказанность положительного эффекта от цифровой трансформации выраженная в доступности потребителям любого товара, услуги в любой точке мира, значительная оптимизация издержек и т.д., а также данный процесс характеризуется возвращением филиалов и компаний, которые были вынесены странами технологическими лидерами в другие страны из-за дешевой рабочей силы, снова в развитые страны в результате развития и преимуществ цифровизации;

- развитие информационных технологий является приоритетной задачей государственной политики, что находит свое отражение в развитии физической инфраструктуры доступа к Интернету; росте числа пользователей сети Интернет и т.д.;

- смена экономического уклада, изменение традиционных рынков, социальных отношений, государственного управления, связанная с проникновением в них цифровых технологий.

Сложившиеся условия имеют характер международных тенденций (трендов) и «избежать» их воздействия на экономические системы не удастся, поскольку эти тенденции имеют необратимый характер. Данные условия говорят нам о том, что успеха в сложившихся экономических условиях, добьются те субъекты экономических отношений, которые смогут «приспособится» к этим тенденциям и понять, каким образом применить их для перспективы своего развития. Рассмотренные условия являются важной предпосылкой выявления

совокупности факторов формирования конкурентного потенциала организации, происходящего в условиях цифровой экономической трансформации.

Таблица 3. Факторы формирования конкурентного потенциала организации в условиях влияния цифровой трансформации

Группа классификации	Группа факторов	Описание факторов с учетом влияния цифровой трансформации
По природе возникновения	Экономические	- Качественное дешевое сырье (цифровизация в данном случае проявляется в переработке вторсырье, создание нового сырья и т.д); - Логистика (цифровое обеспечение транспортных потоков, инфраструктуры, цифровая система управления складскими хранилищами); - Рациональное использование ресурсов (система цифрового управления запасами, расходом ресурсов на определенные этапы производства); - Экономическая эффективность организации (рентабельность, прибыль и т.д.) выраженная в прогнозировании и расчетах с применением определенных цифровых систем; - Уровень квалификации работников (уровень цифрового знания); - Международная интеграция (объединение) производств (снижение издержек, оптимизация затрат); - Ценовая политика и менеджмент (электронные индикаторы показателя спроса и зависимость цены; на основе цифровизации, осуществляется выбор наиболее эффективного метода, типа управления); - Маркетинговая стратегия и т.д.
	Природные, географические	Климатические условия (при производстве продукции, оказания услуг цифровизация учитывает все существующие условия (влияние климата на производство продукции, ее сохранность, транспортировка и т.д.)), географическое положение (с учетом приближенности к инновационным центрам обслуживания), имеющиеся природные ресурсы
	Научно-технические и инновационные	Развитие ресурсосберегающих технологий, инновационных процессов НИОКР, повышение уровня автоматизации производства, разработка собственных ноу-хау, патенты, лицензии, авторские права. Применение новых информационных программ, систем; информационное обеспечение всех этапов производства
По способу воздействия на развитие организации	Прямые	Имеющиеся основные средства, финансы, кадры, логистика, качество продукции, бренд и т.д. все обозначенные факторы напрямую влияют на развитие субъекта хозяйствования, а также меняются и подстраиваются под условия цифровой трансформации
	Косвенные	Государственная поддержка, благоприятные условия функционирования для компаний, организаций, благоприятный инвестиционный климат, сложившаяся экономическая ситуация и т.д.

Источник: собственная разработка автора на основе анализа и обзора литературы по данной проблематике

Таким образом, формирование конкурентного потенциала в условиях цифровой трансформации является толчком для развития всей экономической системы. Конкурентный потенциал организации представляет собой комплекс факторов, которые обеспечивают организации конкурентоспособное положение на рынке. Также нужно отметить, влияние существующих условий на формирование конкурентного потенциала и необходимость организациям «подстраиваться» для удержания своих позиций на рынке под эти условия.

В заключение следует отметить, что цифровая трансформация приводит к комплексным изменениям, которые в свою очередь влияют на конкурентный потенциал организационной структуры, а именно: происходит изменение экономических параметров; внедрение высокотехнологичной цифровой и интеллектуальной составляющей в цепочку производства приводит к трансформации структуры добавленной стоимости; формируются абсолютно новые организационно-экономические системы киберфизического промышленного производства, а также новые технологические платформы для экономического роста и т.д.

Список литературы

1. *Батова Т. Н, Крылова В.А.* Маркетинговый потенциал предприятия : моногр. М. Издательский дом Академии Естествознания. 2016 С. 314.

2. *Храмцова Т.Г., О.О.Храмцова*. Статистический подход к сравнительной оценке деятельности региональных кооперативных организаций // Вестн. НГУЭУ. 2013. № 2. С. 126–135.

3. *Суска А. А.* Конкурентный потенциал как категория конкуренции и объект управления // Молодой ученый. 2012. № 12. С. 277–279.

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
FEATURES OF USING MARKETING TOOLS IN MODERN BUSINESS CONDITIONS

Фадина Олеся Николаевна, Николаева Любовь Николаевна
Fadina Olesya Nikolaevna, Nikolaeva Lyubov Nikolaevna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: fadina.lesya@yandex.ru)

Аннотация: В статье рассматривается роль маркетинговых инструментов для важнейшей концепции в управлении компании. Представлен сравнительный анализ этапов разработки стратегии маркетинга, предложенных разными исследователями. Авторы предложили свой подход к перечню этапов разработки стратегии, реализация которых, позволит провести всестороннее исследование деятельности и выявить дальнейшие пути развития компании в условиях ведения современного бизнеса.

Abstract: The article discusses the role of marketing tools for the most important concept in the management of the company. A comparative analysis of the stages of development of marketing strategies proposed by different researchers is presented. The authors proposed their approach to the list of stages of strategy development, the implementation of which will allow to conduct a comprehensive study of the activities and identify further ways of the company's development in the context of modern business.

Ключевые слова: роль маркетинга, стратегия маркетинга, маркетинговые инструменты, маркетинговый план, этапы разработки стратегии, анализ.

Keywords: the role of marketing, marketing strategy, marketing tools, marketing plan, strategy stages, analysis.

В условиях современного рынка любая компания пытается построить принципы своей деятельности на основе анализа и оценки многообразных внешних и внутренних факторов, влияющих на эффективность его функционирования. Для коммерческого успеха необходимо не только активно взаимодействовать с внешней средой, но и максимально быстро адаптироваться к ее динамичным изменениям. Маркетинговая деятельность помогает снизить степень неопределенности, в которой приходится выживать и развиваться любому предприятию. Она является одной из важнейших концепций в управлении предприятием и больше, чем любая другая деятельность, способна внести значительные изменения в деятельность компании с помощью интегрированных и эффективных действий. Это определяющий фактор успеха в современном бизнесе, непрерывно ускоряющийся процесс изменений, который и определяет действия маркетологов, планирующих наиболее прибыльный путь вывода на рынок нового товара или разрабатывающих эффективную маркетинговую стратегию, направленную на использование той или иной неожиданно появившейся благоприятной рыночной возможности.

С одной стороны, маркетинговая деятельность направлена на выявление нужд и потребностей покупателей, с другой – на достижение целей организации. Маркетинг один из наиболее неясных видов деятельности. Одни считают, что это продвижение продаж, вторые делают особый упор на аспект сбыт, третьи приравнивают маркетинг к расходам на рекламу в СМИ благодаря бурному развитию мультимедийных каналов. Еще один вариант понятия маркетинга – спонсорская поддержка и PR, которые играют свою роль только как часть более широкого, интегрированного подхода. В действительности маркетинг включает все вышеперечисленное, но самое главное - он определяет возможности рынка для товаров и услуг, координирует внутренние и внешние ресурсы, занимается поиском новых механизмов работы с потребителями.

В рыночной экономике компания постоянно вынуждена приспосабливаться к усиливающейся нестабильности внешней среды и в первую очередь бороться с конкурентами. Это объективно требует, чтобы каждая компания вырабатывала и искала свой путь развития в соответствии с требованиями рынка, т.е. чтобы быть финансово устойчивой, нужно расти, изыскивать новые формы применения капитала.

Существует много точек пересечения между стратегиями для организации в целом и маркетинговыми стратегиями. Маркетинг изучает потребности потребителей и способность организации их удовлетворить. Эти же факторы определяют миссию и стратегические цели организации.

В работе Николаевой Л.Н. и Фадиной О.Н. [5-2] рассмотрена взаимосвязь между маркетинговой стратегией и маркетинговым планом. Разработка маркетинговой стратегии – это программно-целевой подход к деятельности организации, ориентированной на рыночные ценности.

Мариан Вуд [3-27] осуществила сравнение этапов стратегического и маркетингового плана. (таблица 1.)

Таблица 1 - Этапы разработки маркетингового и стратегического плана

Этапы разработки маркетингового плана	Этапы разработки стратегического плана
1.Анализ текущей ситуации 2.Описание рынков и потребителей 3.Проведение сегментации, отбора целевых сегментов и позиционирования товаров. 4.Определение краткосрочных целей и направлений деятельности. 5.Разработка маркетинговой стратегии и маркетинговых программ. 6.Разработка и реализация механизма	1.Формулирование видения и миссии предприятия. 2.Определение целей и задач функционирования предприятия. 3.Анализ и оценка внешней среды. 4.Анализ и оценка внутренней среды. 5.Разработка и анализ стратегических альтернатив, выбор стратегии. 6. Подготовка окончательного

контроля за ходом выполнения поставленных задач. 7.Разработка и реализация механизма выполнения плана маркетинга.	стратегического плана. 7.Реализация стратегии. 8.Оценка и контроль реализации стратегического плана.

Можно отметить, что в обоих случаях при разработке маркетингового и стратегического планов присутствует анализ текущей ситуации, факторов внешней и внутренней маркетинговой среды.

Д.В. Кревенс [2-45] сгруппировал процесс разработки и реализации маркетинговой стратегии в 4 этапа:

− ситуационный анализ (анализ рынка, анализ конкуренции, сегментирование рынка и его мониторинг);

− разработка маркетинговой стратегии (определение целевых сегментов рынка, разработка стратегии позиционирования, а также стратегий взаимоотношений с потребителями и другими участниками рынка, стратегий планирования новых товаров);

− разработка маркетинговой программы или комплекса маркетинга (стратегий управления номенклатурой товаров и брендинга, продвижения, сбыта и ценообразования);

− реализация стратегии и управление ею (подготовка маркетингового плана и бюджета на его реализацию, практические действия по реализации плана и контролю за его результатами).

О.Н. Жильцова [1-12] определила следующие этапы разработки маркетинговой стратегии: определение миссии; стратегический анализ; определение альтернатив; выбор стратегии; реализация; контроль и оценка.

В работе проведено сравнение этапов разработки маркетинговой стратегии, предложенных различными авторами, и даны краткие выводы по анализу. (таблица 2.)

Таблица 2 - Анализ этапов разработки маркетинговой стратегии

	Мариан Вуд	Д. В. Кревенс	О. Н. Жильцова	В. Н. Наумов	А. П. Панкрухин	С. Н. Романенко
1	2	3	4	5	6	7
Формулирование видения и миссии предприятия	+		+			+
Определение целей и задач функционирования предприятия	+			+	+	+
Анализ и оценка внешней среды	+	+	+	+	+	+
Анализ и оценка внутренней среды	+	+	+	+	+	+
Проведение сегментации, отбора целевых сегментов и позиционирования товаров		+			+	
Определение стратегических альтернатив	+		+			+

Вне зависимости от автора этапов разработки маркетинговой стратегии, в каждой группировке просматривается ситуационный анализ. Такой этап как определение стратегических альтернатив выделила только О. Н. Жильцова. Кревенс, в отличие от других авторов, не стал выделять в отдельные этапы контроль и оценку, и определение краткосрочных целей и направлений деятельности компании. А Мариан Вуд не учла в своих этапах определение стратегических альтернатив.

Установлено, что процесс разработки и варианты предложенных маркетинговых стратегий для каждой компании зависят от её направленности и особенностей деятельности и могут быть разными, так как этот процесс является творческим, основанным на личности

разработчика.

При выборе стратегий необходимо учитывать следующие требования: они должны быть четко сформулированы, конкретны, непротиворечивы; разработаны с учетом требований рынка; распределены на долгосрочные и краткосрочные; разработаны с учетом ограниченности ресурсов.

Процесс формирования маркетинговой стратегии занимает продолжительное время. Требуется провести глубокий анализ и систематизировать полученные сведения. Как правило, для составления качественного стратегического плана пользуются услугами консалтинговых компаний. Они готовят подробные отчеты о деятельности и ситуации на рынке, вносят предложения по решению существующих проблем. [4-2] Каждая компания использует свою уникальную маркетинговую стратегию. Она создается с учетом особенностей деятельности компании и изменчивости рынка.

Применение верной стратегии маркетинга позволит точно рассчитать курс компании. Выявление и корректировка слабых сторон на начальном этапе снизит возможные риски при реализации проекта. Разработка методов, которые будут активироваться на определенных стадиях, поможет добиться получения дохода в течение продолжительного периода. При создании стратегии важны гибкость, умение понимать рынок и подстраиваться под его условия.

С учетом всех достоинств и недостатков этапов разработки маркетинговой стратегии, выявленных при анализе таблицы 2, процесс создания маркетинговой стратегии можно разделить на шесть этапов. Каждый из них несет свою функцию и помогает добиться целостной картины действий. Разработка маркетинговой стратегии позволяет провести всестороннее исследование деятельности и выявить дальнейшие пути развития компании.

1. Анализ среды (текущей ситуации);
2. Определение миссии и целей организации;
3. Обзор стратегий;
4. Выбор и разработка базовой стратегии;
5. Реализация стратегии;
6. Оценка и контроль выполнения стратегии.

Своевременная оценка маркетинговых средств и возможностей позволяет выявлять скрытые резервы в развитии системы управления и увеличивать отдачу от более обоснованного применения передового экономического инструментария, а их развитие и грамотное использование приводит к повышению результативности деятельности на рынке. Прежде чем приступать исследованию маркетинговой деятельности компании, необходимо собрать информацию о текущем её положении на рынке. Таким образом, каждый этап несет свою функцию и помогает добиться целостной картины действий, а сама разработка маркетинговой стратегии позволит провести всестороннее исследование деятельности и выявить дальнейшие пути развития компании. [5-3] Также можно отметить, что процесс разработки и варианты предложенных маркетинговых стратегий для каждой компании зависят от её направленности и особенностей деятельности и могут быть разными, так как этот процесс является творческим, основанным на личности разработчика. При создании стратегии важны гибкость, умение понимать рынок и подстраиваться под его условия.

Таким образом можно сделать вывод о том, что своевременная оценка маркетинговых средств и возможностей позволяет выявлять скрытые резервы в развитии системы управления и увеличивать отдачу от более обоснованного применения передового экономического инструментария, а их развитие и грамотное использование приводит к повышению результативности деятельности на рынке.

Список литературы

1. *Жильцова О.Н.* Стратегический маркетинг для магистров: Учебник // М.: Инфа-М, 2015. С. 53.

2. *Кревенс Д.* Стратегический маркетинг; пер. с англ. А. Р. Ганиевой, и др.; Под ред. А. Г. Гришко. – 6-е изд. – М.: Вильямс, 2003. 156 с.
3. *Мариан Вуд*, Маркетинговый план. Практическое руководство по разработке. - М.: Вильямс, 2016. С. 67.
4. *Николаева Л.Н., Фадина О.Н.* Маркетинговая деятельность в современных условиях ведения бизнеса // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности». – М.: МГУДТ, 2016. 3 с.
5. *Николаева Л.Н., Фадина О.Н.* Анализ этапов разработки стратегии маркетинга // Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции «Социально-гуманитарные науки и глобальные проблемы современности». – г. Белгород.: ООО «АПНИ», 2018. С.4.

УДК 378.2

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ КАДРОВ НЕФТЕГАЗОВОГО КОМПЛЕКСА В КОНТЕКСТЕ НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
DEVELOPMENT OF THE SYSTEM OF IMPROVING THE QUALIFICATION OF PERSONNEL OIL AND GAS COMPLEX IN THE CONTEXT OF CONTINUOUS VOCATIONAL EDUCATION

Халова Гюльнар Османовна, Иллерицкий Никита Игоревич
Khalova Gyulnar Osmanovna, Illeritsky Nikita Igorevich

Российский государственный университет нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина, Россия, Москва
National University of Oil and Gas «Gubkin University», Russia, Moscow
(e-mail: khalovag@yandex.ru; illernick@yandex.ru)

Аннотация: Развитие системы повышения квалификации кадров один из важнейших приоритетов для компаний нефтегазового комплекса страны. На сегодняшний день в России действует комплексная система повышения квалификации кадров в нефтегазовой отрасли, включающая корпоративные университеты и ведущие высшие учебные заведения. В исследовании предлагается усилить роль ВУЗов в повышении системы квалификации кадров в нефтегазовой отрасли.

Abstract: Development of advanced training system for companies in the oil and gas industry of the country. Today, Russia has a comprehensive system of staff development in the oil and gas industry, including corporate universities and leading institutions of higher education. The study proposes to strengthen the role of specialists in the oil and gas industry.

Ключевые слова: повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, человеческий капитал, нефтегазовая отрасль, инновационное развитие.

Keywords: professional development, training and retraining of personnel, human capital, oil and gas industry, innovative development.

1. Развитие экономики РФ на инновационной основе невозможно без квалифицированных кадров, специалистов высокой и высшей квалификации. К сожалению, в настоящее время перед большинством российских крупных компаний – в особенности в сфере нефтегазовой промышленности – остро стоит проблема дефицита квалифицированных кадров как технического, так и экономико-управленческого и гуманитарного профилей. Одной из причин этого, стал демографический кризис середины – конца 1990-х гг. По оценке

Росстата, демографический кризис оказывает свое наиболее существенное влияние на рынок труда с 2015 года, и это негативное влияние сгладится только к 2025 году. Вследствие демографического кризиса пул молодых специалистов сократился в РФ примерно в 2 раза. (Рисунок 1).

На фоне прогнозируемого старения населения и умеренного роста рождаемости существенное улучшение кадровой ситуации в стране представляется маловероятным в перспективе до 2050 года. Таким образом, российский бизнес, особенно наукоемкие и высокотехнологичные отрасли, к которым относится и нефтегазовая отрасль, оказываются в ситуации кадрового голода, который ощущается уже с середины 2010-х гг.

2. Несмотря на очевидную сложность ситуации, решение этой проблемы может быть найдено посредством создания корпоративных университетов и создания факультетов повышения квалификации в высших учебных заведениях, готовящих специалистов для нефтегазовой отрасли, а также программ мастера делового администрирования (MBA). Очевидно, современные вызовы экономического развития страны требуют формирования экономики знаний, основанной, в первую очередь, на вложениях в человеческий капитал.

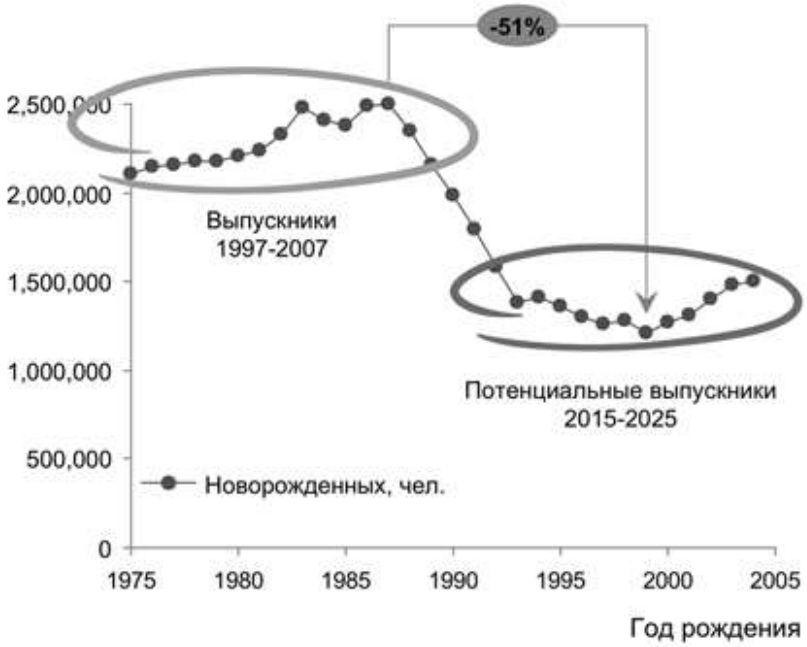


Рис. 1. Число потенциальных выпускников учреждений среднего и высшего профессионального образования в 1975-2005 гг. Источник: Росстат [1]

Крупный российский бизнес ведет активную работу по формированию собственных кадровых резервов путем реализации комплексной политики в области подготовки и развития персонала – например, создавая системы корпоративного образования.

В профессиональных стандартах для каждой специальности и отрасли указано, какой уровень образования соответствует определенной позиции или должности в той или иной профессии. Действующие и вновь разрабатываемые профессиональные стандарты позволяют существенно упростить отбор кадров (особенно специалистов высокой и высшей квалификации) и повысить его объективность, создав прозачные условия для конкуренции на рынке труда. [2, 4]

Задачи поиска, развития и удержания персонала становятся одними из важнейших приоритетов для компаний-работодателей [5]. Крупнейшие в России корпоративные университеты и учебные центры уже созданы и функционируют при Сбербанке, РЖД, Газпроме, Роснефти, Лукойле, Норникеле, Билайне, МТС, ВТБ и других крупных корпораций. Крупный бизнес обладает ресурсами и возможностями для организации корпоративного обучения и построения системы кадрового резерва с учетом как текущих трендов, так и мирового опыта.

3. Однако инновации и технологические прорывы очень часто рождаются не в крупном бизнесе, а в инвестиционных стартапах и в молодых компаниях среднего звена. Как правило, у них таких компаний нет собственных ресурсов для формирования собственных систем корпоративного обучения. Ключевая роль в подготовке дефицитных кадров для российского рынка труда частично переходит к ВУЗам.

Ведущие российские ВУЗы, имеющие статус Национального Исследовательского Университета, к которым относится и РГУ НГ имени И.М. Губкина, имеют огромный опыт и мощные ресурсы для подготовки, переподготовки, и обучения необходимых кадров. РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина успешно организовывает обучение, создает и выполняет программы повышения квалификации, обучение по программе мастер делового администрирования (МВА). Эти программы позволят приобрести новые профессиональные компетенции и расширить теоретические и практические знания действующих специалистов.

Ряд ВУЗов РФ, в том числе и РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина, разработали программы повышения квалификации высокого качества (с объемом подготовки от 72 до 500 часов) инновационной направленности на коммерческой основе. Это позволило ВУЗам страны развить новую эффективную бизнес-модель, основанную на целевом сотрудничестве с компаниями и гибкой подготовке образовательных программ повышения квалификации в соответствии с требованиями рынка. Очевидно, для работодателей это помогает снять проблему дефицита квалифицированных кадров при снижении издержек на корпоративное образование (по сравнению с построением собственной системы корпоративного обучения). И, наконец, развитие такого рода проектов позволит осуществить значительный вклад в развитие человеческого капитала в России, а следовательно, способствовать инновационному развитию экономики нашей страны.

4. Анализ системы повышения квалификации кадров нефтегазового комплекса, позволяет сделать ряд выводов:

а) Целесообразно усилить роль ведущих ВУЗов страны в обеспечении процесса подготовки и переподготовки специалистов для российских нефтегазовых компаний. Это позволит удовлетворить растущую потребность отрасли в высококвалифицированных творчески мыслящих специалистах, обеспечить качественную и конкурентоспособную систему повышения квалификации кадров, и выпуск востребованных для нефтегазовой отрасли кадров.

б) ВУЗы страны предлагают гибкие модели изучения дисциплин, достаточно высокую обеспеченность ресурсами образовательного процесса. Вместе с тем, в самих ВУЗах создание факультетов подготовки и переподготовки кадров, развитие программ МВА, стимулирует преподавательский состав на развитие и углубление научных исследований, внедрение инновационных технологий в образовании и росту экономического развития как ВУЗов, так и экономики страны.

Список литературы

1. Росстат. Население. Демография [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ
3. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»
4. Справочная информация: Профессиональные стандарты [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_157436/
5. *Кузнецов В.В.* Корпоративное образование: содержание и сущность // Отечественная и зарубежная педагогика. – 2017. – №1 (35).

УДК 339.138

МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ В ПРАКТИКЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ
MARKETING MANAGEMENT IN PRACTICE OF PRINTING COMPANIES

Цветкова Галина Сергеевна
Tsvetkova Galina Sergeevna

Поволжский государственный технологический университет, Россия, Йошкар-Ола
Volga State University of Technology, Russia, Yoshkar-Ola
Марийский государственный университет, Россия, Йошкар-Ола
Mari State University, Russia, Yoshkar-Ola
(CvetkovaGS@volgatech.net)

Аннотация: Показана актуальность концепции маркетинг-менеджмента для предприятий полиграфического бизнеса. Рассмотрена практика маркетинговой деятельности полиграфической компании, проведен сравнительный анализ конкурентных позиций компании на локальном рынке.

Abstract: The article shows the relevance of the concept of marketing management for the printing business. In this work the author considers practice of marketing activity of the printing company and carries out the comparative analysis of competitive positions of the company in the local market.

Ключевые слова: маркетинговое мышление, организационная структура, конкурентная позиция

Keywords: marketing thinking, organizational structure, competitive position

Маркетинг как философия бизнеса давно интегрировал в менеджмент и выступает в качестве сложной управленческой системы, функции стратегического менеджмента, которая оказывает влияние на все бизнес-процессы хозяйствующего субъекта. От эффективности разработки и принятия маркетинговых решений, в конечном счете, зависит финансовое благополучие бизнеса. В данном контексте уместно вспомнить крылатую фразу П. Друкера о том, что только маркетинг и инновации создают прибыль, а все остальные функции связаны с затратами [1]. Маркетинг-менеджмент мы рассматриваем как концепцию управления бизнесом, которая основана на выборе целевого рынка, удержании и увеличении числа клиентов посредством создания высших потребительских ценностей [2]. Отечественные ученые справедливо подчеркивают, что суть концепции маркетинг-менеджмента заключается в маркетинговом мышлении, которое захватывает участников всех бизнес- процессов компании, включая финансы, производство, продвижение, персонал и др. [3]. Происходящие в полиграфическом бизнесе технологические и структурные трансформации, с нашей точки зрения, обосновывают актуальность концепция маркетинг–менеджмента для российских типографий. Во-первых, это цифровизация процессов, которая формирует новые требования со стороны заказчиков к продукту. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными полиграфические компании обязаны опровергнуть сложившийся стереотип о типографском процессе как о «принтере» по аналогии с копировально-множительным аппаратом, установленным в каждом офисе [4]. Во-вторых, растущая конкуренция оказывает большое влияние на характер взаимоотношений заказчиков и исполнителей, происходит отказ от печати «массовых» тиражей и поворот к изготовлению индивидуализированной печатной продукции. При этом, полиграфический рынок остается прежде всего рынком корпоративного заказчика [5]. В- третьих, традиционным продуктом полиграфических компаний выступала печатная реклама, рынок которой стремительно сужается. Печатная реклама характеризуется как уязвимый сегмент рынка, что заставляет полиграфические компании искать новых заказчиков, выстраивать маркетинговые коммуникации в новом формате для сохранения бизнеса. Таким образом, для решения проблем в российском полиграфическом бизнесе необходимы инновационные решения во всех аспектах: продуктовом, процессном, маркетинговом, организационном. Это в полной

мере согласуется с принципами концепции маркетинг-менеджмента.

Объятом исследования в работе выступала полиграфическая компания ООО «Принтекс», которая работает на локальном рынке Республики Марий Эл более восьми лет. Компания оказывает полный цикл услуг изготовления товара, от идеи и макета до финальной упаковки и отгрузки готового товара в офис клиента [6]. Полиграфическая компания получила в 2017 г. выручку в размере 4, 3 млн. руб., активы компании составляли 13, 1 млн. руб., в компании работало 23 сотрудника.

Любая управленческая концепция всегда находит отражение в организационной структуре компании, поскольку закрепляет распределение функций и ответственность между структурными единицами бизнеса. В исследуемой полиграфической компании создана линейно-функциональная оргструктура, недостатками которой являются: большая централизация задач на директоре компании (таблица 1). Директор компании замыкает на себе контрольные функции, что представляется логичным. Однако, это задает повышенную загруженность первого лица, затягивание в решении оперативных вопросов. Рекомендуется частичная передача полномочий исполнительному и техническому директору, что позволит разгрузить директора компании, даст возможность более системно заниматься стратегическими вопросами маркетинг-менеджмента. Небольшая численность компании двадцать три человека пока не позволяют структурно обособить отдел маркетинга. Основные функции маркетинга в исследуемой компании выполняют сотрудники коммерческого отдела.

Таблица 1. Распределение функций маркетинга в полиграфической компании

Должность, отделы компании / Функция маркетинга	Директор компании	Коммерческий директор	Коммерческий отдел	Сувенирный отдел	Исполнительный директор	Отдел предпечатной	Директор производства	Производство (сама	Бухгалтерия	Отдел документации	Курьерский отдел	Водители
1. Поиск и привлечение новых клиентов, работа с заказчиками	К	О	И	И								
2. Оформление и подготовка заказа на изготовление полиграфической продукции	К	О	И	И								
3. Заключение сделок на поставку готовой сувенирной продукции	К	О		И					И	И		
4. Разработка и заключение договоров на поставку полиграфической продукции	О		И	И					И	И		
5. Составление технического задания на продукцию	К		И	И		И				И		
6. Управление закупками	О	У	У	У					У	У		
7. Отгрузка готовой продукции	К		У	У						У		

Условные обозначения: И – исполнитель; О – ответственное лицо; К – контроль.

Для того, чтобы маркетинговое мышление получило соответствующий статус, руководству компании рекомендуется более четко распределить функции маркетинга между сотрудниками, закрепить это распределение в соответствующих документах. В целом можно говорить о том, что маркетинговое мышление «захватывает» руководство полиграфической компании. Компания уделяет серьезное внимание качеству бумаги, бумага закупается у европейских поставщиков, отсюда и более высокая стоимость заказов, чем у ближайших конкурентов. Для продвижении

полиграфических услуг компания уделяет серьезное внимание упаковке готового товара в гофратару, оказывает бесплатную доставку заказа по городу в офис клиента, предоставляет бесплатные образцы бумаги, сувенирную продукцию для клиентов компании. В данный момент «Принтекс» активно осваивает соседние регионы по печати переменных данных для энергосбытовых компаний. Маркетинговая философия позволяет компании занимать хорошие конкурентные позиции на локальном рынке полиграфических услуг.

В Республике Марий Эл насчитывается более сорока компаний по основному коду ОКВЭД 18.1 - Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации, из них большая часть работает в г. Йошкар-Оле. Среди ближайших конкурентов руководство компании «Принтекс» рассматривает следующие: типографию «Принстайл», компанию «Стринг», типографию «Вертикаль». Для сравнительного анализа финансовых показателей компаний конкурентов мы использовали данные, предоставляемые информационным ресурсом TEST FIRM [7]. Графическое представление показателей показано на рисунках 1, 2.

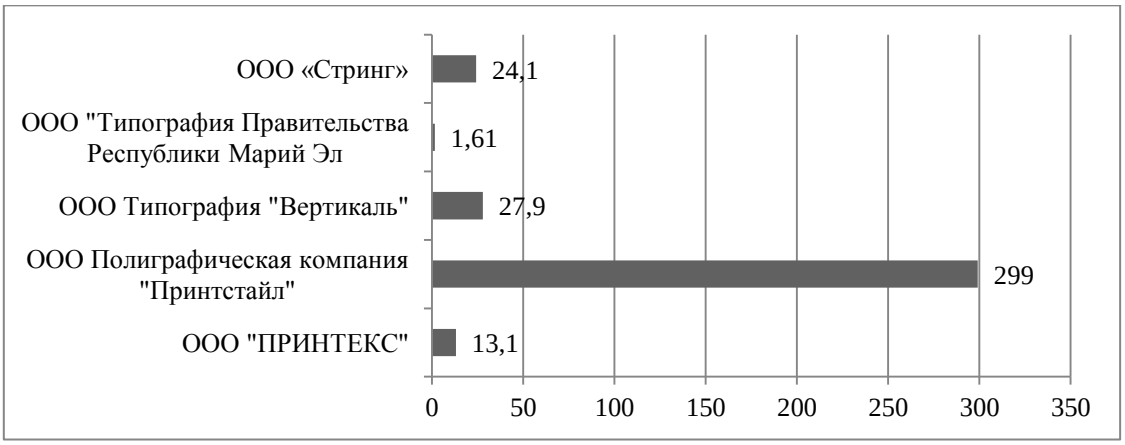


Рис. 1. Активы полиграфических компаний в 2017 г., млн. руб.

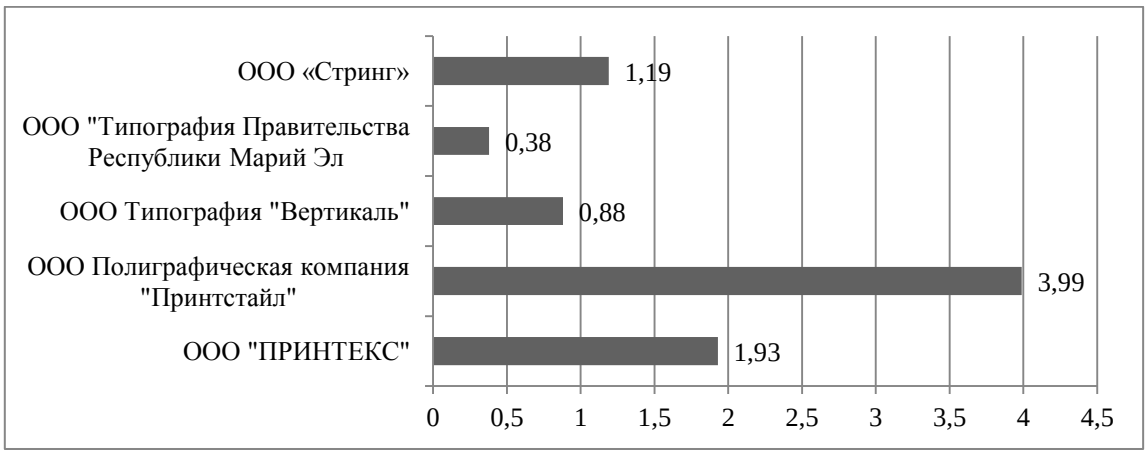


Рис.2. Показатели выработки типографий в 2017 г., млн. руб. на 1 чел.

Анализ экономических показателей выделяет лидера локального рынка полиграфических услуг компанию «Принстайл». Во-первых, производственные мощности этой компании существенно превосходят других участников рынка. В этой типографии трудится 92 человека, тогда как на других предприятиях численность составляет в пределах 15- 20 человек. Во-вторых, маркетинговая активность компании «Принстайл» выше, что обеспечивает значительные финансовые потоки, а главное, более высокую выработку. Эта типография специализируется на изготовлении этикеточной продукции большими тиражами с доставкой по России и станам СНГ, локальный рынок г. Йошкар-Ола не является ее основным рынком.

ООО «Принтекс» занимает вторую позицию по представленным показателям, играет роль «последователя лидера», на компанию приходится около 20% от общего количества

полиграфических заказов в г. Йошкар-Ола. Концепция маркетинг-менеджмент, взятая на вооружение ООО «Принтекс» как стратегический ориентир управления, заставляет компанию адаптироваться к требованиям местных производителей. «Принтекс» делает ставку на высокую скорость обработки заказа и полный спектр услуг. В компании создается высокоавтоматизированное производство, внедряются системы автоматизированного учета заказов и списания материалов. Работа с клиентом переходит с официального графика на график 24/7, когда менеджеры принимают заказы онлайн через социальные группы, мобильные приложения (vibeers, votsap). Доброжелательность менеджера, принимающего заказ, быстрота ответа на заданный вопрос, готовность давать советы и рекомендации, бесплатные цветопробы и образцы продукции – это маркетинговые практики полиграфической компании, которые согласуются с принципами концепции маркетинг-менеджмента.

Таким образом, проведенное исследование показало, что взятая в качестве ориентира концепция маркетинг-менеджмента позволяет компании «Принтекс» занимать хорошие конкурентные позиции на локальном рынке полиграфических услуг.

Список литературы

1. *Друкер П., Макьярелло Дж.* Друкер на каждый день. 366 советов успешному менеджеру. М.: Манн, Иванов и Фебер, 2012. 432 с.
2. *Котлер Ф., Келлер К.П.* Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. СПб.: Питер, 2007. 432 с.
3. *Данько Т.П.* Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость / Т.П. Данько, М.П. Голубев. М.: ИНФРА-М, 2013. 416 с.
4. *Отраслевой доклад* «Российская полиграфия. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2017»// http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/
5. *Сергеева Д.А., Цветкова Г.С.* Проблемы и перспективы полиграфического производства в России//Труды Седьмой Всероссийской научной конференции с международным участием «Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования». Ульяновск: Ульяновский государственный университет, 2017. С.69-70.
6. *Официальный сайт компании* ООО «Принтекс» // https://www.printecs.com/
7. *TEST FIRM*. Сравнение финансового состояния фирмы// https://www.testfirm.ru/

УДК 331.108.45

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
THE CONCEPT OF MARKETING CORPORATE EDUCATION SERVICES BASED ON EVALUATION OF CUSTOMER SATISFACTION

Чернятин Сергей Викторович
Cherniatin Sergey Viktorovich

«Газпром корпоративный институт», Россия, Москва
Gazprom Corporate Institute, Russia, Moscow
(e-mail: serg_727@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены ограничения реализации компетентностного подхода в корпоративном секторе экономики, а также содержание ключевых этапов концепции их преодоления, направленной на кастомизацию корпоративных образовательных услуг в соответствии с возрастающими требованиями потребителей.

Abstract: Considers the limitations of the competence approach in the corporate sector of the economy, as well as the content of the key stages of the concept of overcoming them, aimed at the customization of corporate educational services in accordance with the increasing requirements of consumers

Ключевые слова: компетентностный подход, компетенции, корпоративный образовательный проект, мониторинг удовлетворенности потребителей корпоративных образовательных услуг, оценка эффективности развития персонала.

Keywords: competence approach, competence, corporate educational project, monitoring of customer satisfaction of corporate educational services, evaluation of the effectiveness of staff development.

Переход российского корпоративного сектора к новому технологическому укладу, базирующемуся на знаниях и информации, предусматривает не только освоение, но и максимально широкое использование субъектами бизнеса всей полноты преимуществ внедрения компетентностного подхода. В целом общее количество разработанных за последнее десятилетие компетентностно-ориентированных образовательных стандартов и моделей корпоративных компетенций позволяет сделать вывод о постепенном завершении бума данного тренда в российской HR-повестке и наметившейся тенденции к его спаду. Однако парадокс заключается в том, что плоды все чаще признаваемого успешно внедренным компетентностного подхода с точки зрения экспертов L&D [1, с.43-46] выглядят пока достаточно скромно.

В частности, одним из мотивов обращения отечественного менеджмента к внедрению профилей корпоративных компетенций стал поиск прикладного инструментария оценки эффективности развития персонала. Составляя часть трудового потенциала работника, определяющую результативность его труда[3, с.32], компетенции явились именно тем формализующим звеном, которое отсутствовало в моделях Д.Киркпатрика и Дж.Филипса; последние определяли последовательность действий; компетенции – сам объект измерений. Их моделирование позволяло: во-первых, сформировать эталонную критериальную базу для регулярного измерения; во-вторых, модернизировать механизм целеполагания и привнести в него логику неотъемлемости «умной» («знаниевой») составляющей в обеспечении достижения запланированных производственных результатов; и, наконец, в-третьих, соотнести результаты применения на рабочем месте полученных в ходе развивающих мероприятий знаний и навыков с затратами на покрытие разрыва между фактическим и требуемым профилями развития компетенций работника. На практике основным ограничением для реализации данного методического подхода применительно к оценке корпоративных образовательных проектов стала неоднородная структура потребления развивающих мероприятий, проявившаяся в различиях требований ключевых заинтересованных сторон: работников, их линейных руководителей, HR-дивизионов, образовательных организаций. Таким образом, использование преимуществ компетентностного подхода в рамках оценки эффективности развития персонала предусматривает разработку и реализацию концепции кастомизации корпоративных образовательных услуг на основе регулярного мониторинга удовлетворенности их ключевых потребителей. Принимая во внимание особенности корпоративного контекста измерения удовлетворенности потребителей, в наибольшей мере им отвечающим из рассматриваемых Ф. Котлером [2, с.153] следует признать метод периодических опросов.

В соответствии с данной концепцией процедура мониторинга удовлетворенности потребителей предусматривает следующие этапы: 1) оценка удовлетворенности слушателей корпоративных образовательных проектов пройденным обучением; 2) оценка результатов обучения в рамках корпоративных образовательных проектов; 3) оценка удовлетворенности заказчиков применением результатов корпоративного обучения на рабочем месте; 4) интегральная оценка удовлетворенности корпоративным обучением**.** Ключевыми мероприятиями, оказывающими определяющее влияние на формирование удовлетворенности качеством корпоративного обучения, являются: 1) планирование обучения: в части постановки целей обучения, выбора образовательного проекта, планирования бюджета на обучение и формирования графика корпоративного обучения; 2) организация и проведение обучения: в части разработки и реализации корпоративных образовательных проектов, осуществления контроля знаний, входного и выходного анкетирования слушателей; 3) использование результатов процесса обучения: в части мониторинга применения результатов обучения в соответствии с целевой установкой заказчика. К основным субъектам мониторинга удовлетворенности результатами корпоративных образовательных проектов относятся:

работник компании, успешно завершивший корпоративное обучение (слушатель); образовательная организация, в которую работник компании направлен для прохождения обучения; непосредственный руководитель работника компании, направленного для прохождения обучения; HR-департамент компании; HR-дивизион бизнес-единицы, в которой направленный на обучение работник осуществляет свою профессиональную деятельность. Основным потребителем и интегратором информации о результатах мониторинга удовлетворенности качеством реализации корпоративных образовательных проектов является HR-департамент компании. Ключевыми поставщиками данной информации являются представленные выше осуществляющие процедуры мониторинга субъекты.

Мониторинг удовлетворенности слушателей пройденным корпоративным обучением осуществляется образовательной организацией и предусматривает оценку соответствия обучения ожиданиям слушателей посредством заполнения форм входного и выходного анкетирования, их обработки, формирования отчетности и разработки рекомендаций по выполнению корректирующих действий. Мониторинг результатов обучения в рамках корпоративных образовательных проектов также осуществляется образовательными организациями и предусматривает, как обязательную итоговую аттестацию слушателей, так и контроль процесса освоения учебного контента. Мониторинг удовлетворенности заказчика применением на рабочем месте результатов корпоративных образовательных проектов проводится посредством измерения степени достижения поставленных целей обучения для принятия корректирующих действий, направленных на повышение качества корпоративных образовательных услуг. Данный процесс включает в себя следующие этапы: 1) организация анкетирования непосредственных руководителей прошедших целевое обучение работников HR-дивизионами бизнес-единиц компании (сбор, выдача, обработка и анализ анкетных данных); 2) заполнение непосредственными руководителями прошедших целевое обучение работников анкетных форм; 3) подготовка HR-дивизионами бизнес-единиц компании сведений об оценке применения результатов целевого обучения на рабочем месте и передача их в HR-департамент компании.

Интегральный мониторинг удовлетворенности потребителей корпоративных образовательных услуг проводится с целью оценки их востребованности в качестве инструмента развития корпоративных компетенций, актуализации образовательного контента, а также повышения качества планирования корпоративного обучения. Общая оценка эффективности реализации корпоративного образовательного проекта осуществляется в рамках агрегированного учета результатов мониторинга удовлетворенности слушателя основными параметрами образовательного контента, достигнутого им уровня развития целевых компетенций и фактической ценности их применения на рабочем месте.

Методический подход к измерению интегрального показателя удовлетворенности потребителей корпоративных образовательных услуг (KPI) представлен на Рис.1. Результаты расчета данного показателя по каждому из рассматриваемых корпоративных образовательных проектов являются основой для формирования рекомендаций по их включению в периметр будущих развивающих мероприятий компании, исключению из данного периметра, а также по актуализации образовательного контента в соответствии с выявленными требованиями ключевых заинтересованных сторон.

Применение изложенной концепции позволит компаниям корпоративного сектора сформировать базовые условия для развития действующих моделей компетенций, актуализации образовательного контента, повышения качества разработки и точности позиционирования корпоративных образовательных услуг. Ведь даже признавая несовершенство сложившейся практики реализации компетентностного подхода, профессионалы L&D сами сетуют: «Что вместо компетенций, вот в чем вопрос» [1, с.46].

Список литературы

1. *Гвоздилина Л.С.* Обучение в бизнесе. Кто кому Пигмалион. М.: Альпина Паблишер, 2018. 272 с.
2. *Котлер Ф., Келлер К.Л.* Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. 14-е изд. СПб.: Питер, 2014. 800 с.
3. *Радько С.Г.* Трудовой потенциал как социально-экономическая категория. СПб.: филиал издательства «Просвещение», 2010. 140 с.

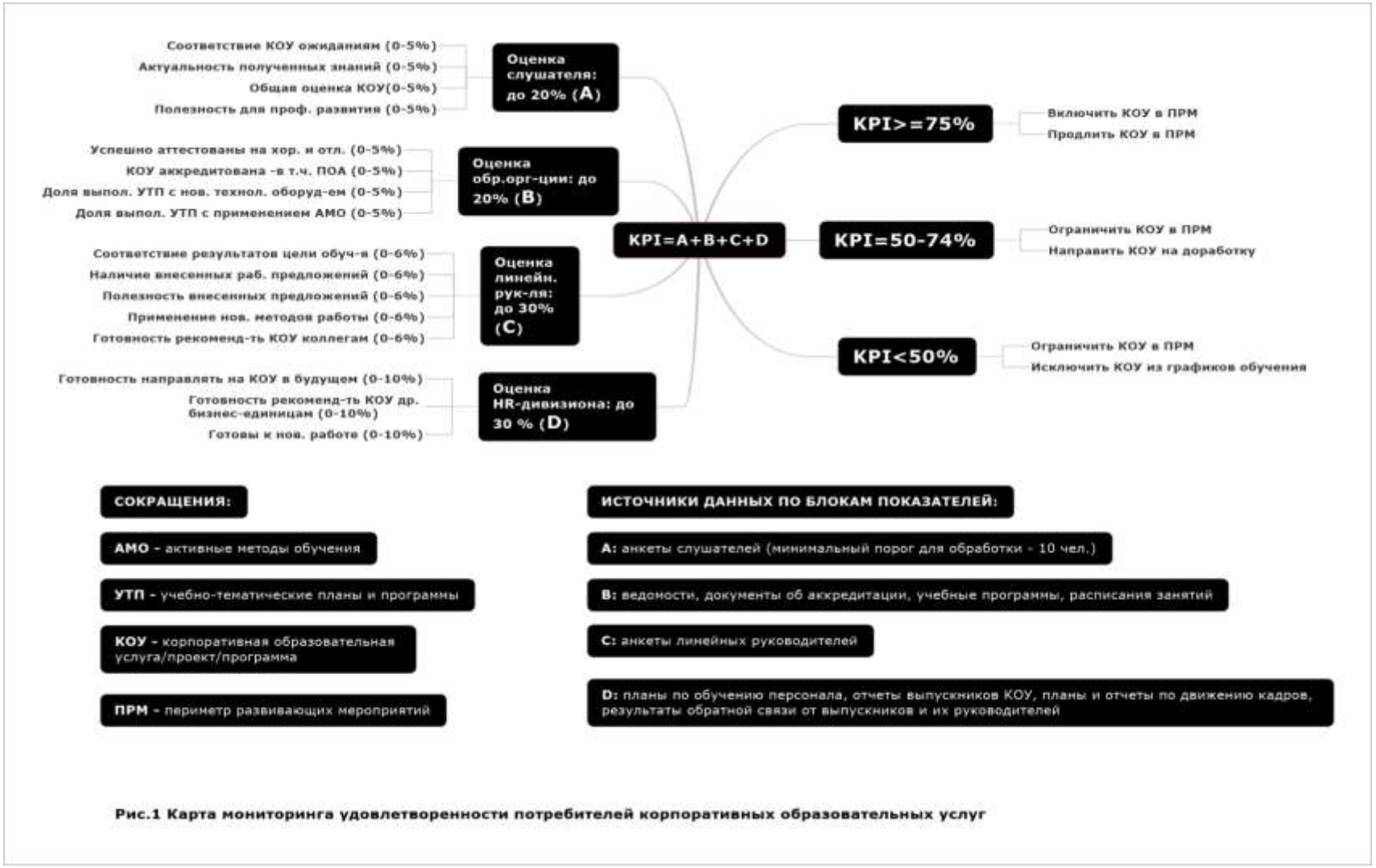


Рис.1 Карта мониторинга удовлетворенности потребителей корпоративных образовательных услуг

УДК 339.137.2

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ЭКОНОМИКИ В КОНТЕКСТЕ ЧЕТВЕРТОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ РЕВОЛЮЦИИ
ECONOMIC COMPETITIVENESS IN THE CONTEXT OF THE FOURTH INDUSTRIAL REVOLUTION

Яшева Галина Артемовна
Yashava Halina Artemovna

Витебский государственный технологический университет, Беларусь, Витебск
Vitebsk State Technological University, Republic of Belarus, *Vitebsk*
(e-mail: gala-ya@list.ru)

Аннотация: Обоснованы предпосылки совершенствования методологии оценки конкурентоспособности национальной экономики, проведен анализ конкурентоспособности экономики Беларуси на основе показателя «Индекс глобальной конкурентоспособности 4.0», определены задачи повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь в контексте факторов четвертой промышленной революции.

Abstract: The prerequisites for improving the methodology for assessing the competitiveness of the national economy were substantiated, the analysis of the competitiveness of the Belarusian economy was carried out on the basis of the Global Competitiveness Index 4.0 indicator, and the tasks of improving the competitiveness of the Belarusian economy in the context of the factors of the fourth industrial revolution were defined.

Ключевые слова: конкурентоспособность, четвертая промышленная революция, инновации, информационно-компьютерные технологии.

Keywords: competitiveness, the fourth industrial revolution, innovation, information and computer technology.

Создание конкурентоспособной экономики в современных условиях необходимо для обеспечения устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан, расширения взаимовыгодного сотрудничества в мире. Одной из функций управления конкурентоспособностью является анализ и оценка национальной конкурентоспособности.

Наиболее распространенными концепциями оценки конкурентоспособности являются разработки Всемирного экономического форума (ВЭФ) в Давосе, Международного института менеджмента и развития в Швейцарии, Европейской экономической комиссии и Всемирного банка о рейтинге конкурентоспособности стран мира.

Методический подход к оценке конкурентоспособности стран мира, разработанный Всемирным Экономическим форумом базируется на индексе конкурентоспособного экономического роста (Growth Competitiveness Index). Он рассчитывается исходя из учёта ряда агрегированных факторов, которые включают ряд индикаторов: внутренний экономический потенциал, внешние экономические связи, государственные регулирования, кредитно-финансовая система, инфраструктура, система управления, научно-технический потенциал, трудовые ресурсы [4].

Изменившаяся внешняя среда оказывает влияние на методы оценки национальной конкурентоспособности. В частности возникла необходимость учета четвертой индустриальной (промышленной) революции (Индустрия 4.0), которая означает переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы одного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть вещей и услуг.

Цель работы – обоснование предпосылок совершенствования методологии оценки конкурентоспособности экономики, анализ конкурентоспособности экономики Беларуси на

основе показателя «Индекс глобальной конкурентоспособности 4.0», идентификация направлений повышения конкурентоспособности экономики Республики Беларусь в контексте четвертой индустриальной (промышленной) революции.

Четвертая промышленная революция (4ИР) меняет экономику и общество. Она быстро перестраивает бизнес-среду. В этом контексте основной особенностью успешных экономик будет их способность быть гибкими, адаптироваться к изменениям и обладать новыми факторами, соответствующими 4ИР, такими как Интернет вещей; искусственный интеллект, машинное обучение и робототехника; облачные вычисления; Big Data; аддитивное производство; кибербезопасность; интеграционная система; моделирование; дополненная реальность. Это нашло отражение в методологии оценки конкурентоспособности экономик.

Необходимость совершенствования методологии оценки конкурентоспособности стран вызвана тем, что индекс должен оставаться актуальным и позволять информировать бизнес, государственные органы управления, обеспечивать диалог с участием многих заинтересованных сторон и продолжать быть в наборе инструментов разработчиков стратегий развития на макро и микроуровнях в предстоящие годы. Всемирный Экономический форум провел усовершенствование методологии оценки конкурентоспособности стран мира с учетом факторов четвертой промышленной революции. Основная концепция Индекса глобальной конкурентоспособности 4.0 это измерение детерминантов конкурентоспособности, определяемых как набор институтов, политик и факторов, определяющих уровень производительности экономики. Для оценки Индекса глобальной конкурентоспособности 4.0 ВЭФ предложил 12 факторов, которые разделены на 4 группы:

I. *Среда, предоставляющая возможности*: 1 Институты; 2 Инфраструктура; 3 Технологическая готовность; 4 Макроэкономический контекст.

II. *Человеческий капитал:* 5 Здоровье; 6 Образование и навыки.

III. *Рынки*: 7 Эффективность рынка товаров; 8 Функционирование рынка труда; 9 Развитие финансового рынка; 10 Размер рынка.

IV. *Экосистема инноваций*: 11 Бизнес-динамизм; 12 Инновационная способность [3].

В индексе глобальной конкурентоспособности 4.0, 2017/2018 гг. Беларусь заняла, по оценке НИЦ Мизеса АЦ «Стратегия», 78 место из 137 стран. Наши станы-партнеры по ЕвразЭс оказались выше: Россия - 38 место, Казахстан - 57 место [5].Самым слабым фактором конкурентоспособности постсоветских стран является потенциал для инноваций. У Беларуси, по оценке НИЦ Мизеса АЦ «Стратегия», он составил 22,1 балла из 100. Мировым лидером по этому фактору являются США - 100 баллов. Для сравнения: у России наличие потенциала для инноваций оценивается в 37,4 балла, Украины - 21,1 балл, Казахстана - 13,4 балла, Латвии - 28,2 балла, Литвы - 33,3 балла, Эстонии - 39,1 балла [5].

Последствием слабого потенциала инноваций в Беларуси стала низкая результативность инновационной деятельности, что отражают показатели: удельный вес инновационно-активных организаций в общем числе обследованных организаций промышленности – 21 %, удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции организаций промышленности- 17,4 %; Удельный вес отгруженной инновационной продукции новой для мирового рынка в общем объеме отгруженной продукции организаций промышленности - 0,5 % [6].

Инновации представляют собой решающий фактор роста производительности и создания ценности, это еще более важно в эпоху 4ИР. Во-первых, способность страны к инновациям зависит от качества обширной и сложной экосистемы, состоящей из множества факторов: помимо традиционных факторов, таких как инвестиции в исследования и разработки, технологии, нематериальные активы, важны такие факторы как гибкость, открытость к идеям, готовность к сотрудничеству. Во-вторых, инновация - это процесс, путем которого идеи становятся успешными продуктами. В-третьих, инновации происходят повсеместно, не только в лаборатории, их результаты принимают различные формы: от продуктов - товаров и услуг - до бизнес- и организационных моделей [3]. Позиция Республики Беларусь в рейтинге Глобального индекса инноваций (ГИИ) за 2012-2017 годы представлена на рисунке 1.

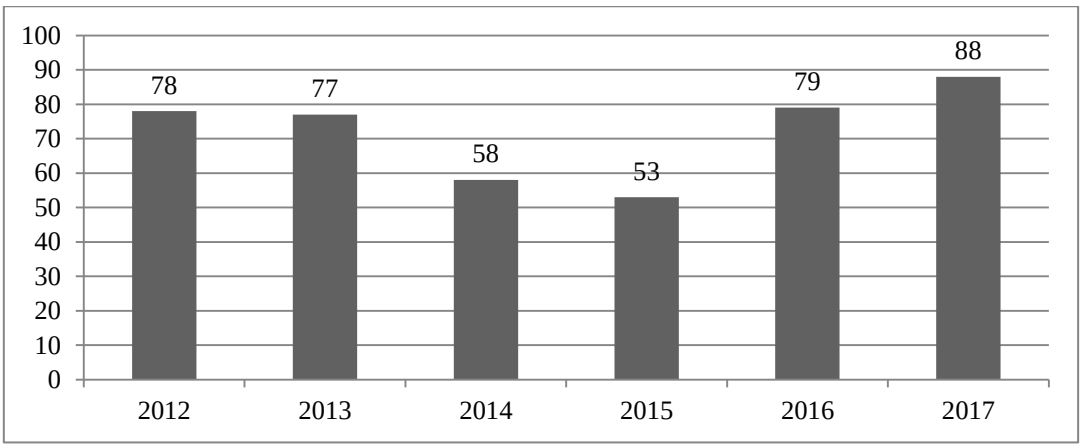


Рис. 1. Позиция Республики Беларусь в рейтинге Глобального индекса инноваций в период с 2012-2017 гг. Источник: составлено автором на основе [1]

В 2017 году Беларусь заняла в ГИИ 88 место при индексе в 30,0 балла. При этом по сравнению с предыдущим годом рейтинг нашей страны понизился на 9 пунктов, а индекс — на 0,43 балла. Соответственно, по сравнению с 2016 годом в 2017 году увеличилось отставание Республики Беларусь от группы стран с уровнем дохода выше среднего (с 10,0% до 13,7%). Что касается стран с высоким уровнем дохода, то среднее значение по группе превосходит значение Республики Беларусь за 2017 год в 1,62 раза. Беларусь также отстает от среднего показателя по ЕАЭС на 7,2% и уступает всем странам ЕАЭС, за исключением Кыргызстана.Результаты 2017 года являются наихудшими для Республики Беларусь за всю историю ее вхождения в ГИИ, т.е. с 2012 года. В указанный период индекс Республики Беларусь в ГИИ понизился на 8,81% (с 32,9 балла до 30,0 балла), а рейтинг — на 10 пунктов (с 78 до 88 места) [1].

Важнейшим фактором инноваций в контексте четвертой промышленной революции являются технологическая готовность. По методологии ВЭФ фактор «Технологическая готовность»оценивается через степень развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).В ежегодном отчете Международного союза электросвязи (МСЭ) дается оценка Индексе развития информационно-коммуникационных технологий. Индекс развития ИКТ предназначен для анализа уровня развития сектора ИКТ в различных странах мира, для измерения уровня изменений в этой области и их эволюции с течением времени с учетом ситуации как в развитых, так и в развивающихся странах, а также для оценки потенциала развития ИКТ сектора и возможностей повышения роста и развития в контексте имеющихся возможностей и навыков. В 2017 г. Беларусь заняла в 32 место из 176 стран при индексе в 7,55 балла. Это самый худший результат из стран ЕАЭС (рис.2).

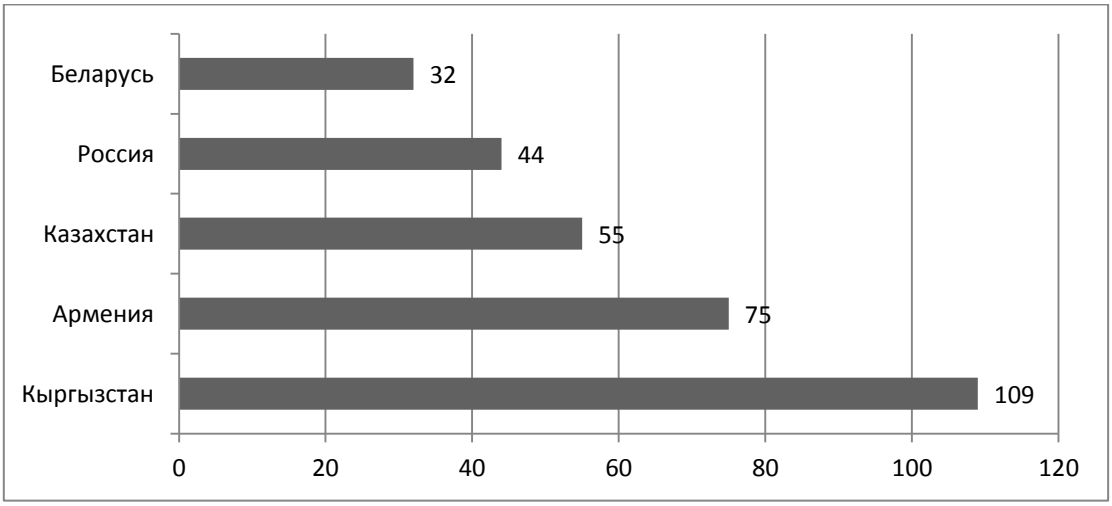


Рис.2. Рейтинг по уровню развития ИКТ среди стран ЕАЭС за 2017 год Источник: [2]

Одним из основных направлений повышения конкурентоспособности страны в контексте глобальных вызовов является активизация внедрения информационно-коммуникационных технологий в реальном секторе экономики. Обобщив накопленный опыт государств-членов Евразийского экономического союза [8, 9, 10], задачи государственной программы [7], сформулированы направления развития ИКТ для Республики Беларусь:

-повышение эффективности управления производством путем широкомасштабного внедрения автоматизированных систем планирования и управления полным циклом производства продукции;

- внедрение современных методов цифрового маркетинга, основанных на использовании социальных сетей и современных технологий;

-увеличение доли ИКТ-составляющей в готовой продукции путем создания стимулов для участия бизнеса в решении задач модернизации традиционных отраслей белорусской промышленности;

-консолидация потенциала организаций-резидентов Парка высоких технологий, бизнес-ассоциаций страны для создания на их основе инжиниринговых компаний, способных обеспечить все отрасли национальной экономики услугами в сфере ИКТ;

-создание системы аутсорсинговых услуг по оптимизации бизнес-процессов на базе современных систем управления ресурсами предприятия и жизненным циклом изделий для белорусских предприятий.

В современных условиях конкурентоспособность экономики определяется факторами четвертой промышленной революции, которые базируются на ИКТ. Внедрение и развитие ИКТ в реальном секторе экономики Беларуси позволит повысить конкурентоспособность и создаст условия для устойчивого развития страны, роста благосостояния ее граждан.

Список литературы

1. Беларусь в Глобальном индексе инноваций. // 2019. http://www.scienceportal.org.by/upload/2018/Portal%20news/Ranking/3.%20GII%20BY.pdf.
2. Беларусь в Индексе развития информационно-коммуникационных технологий.// 2019.http://www.scienceportal.org.by/upload/2018/Portal%20news/Ranking/4.%20ICT%20BY.pdf
3. Обзор предлагаемой методологии Глобального индекса конкурентоспособности 4.0 Всемирного экономического форума // 2019.: http://l www.kidi.gov.kz.
4. Отчет о глобальной конкурентоспособности 2017-2018. 2019. http://l weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf.
5. Романчук, Я. Конкурентоспособность-2018 // 2019. http://liberty-belarus.info/index.php?option=com_k2&view=item&id=3669:konkurentosposobnost-. – Дата доступа: 11.03.2019.
6. Сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь. // 2019. http://belstat.gov.by/.
7. Стратегия развития информатизации в Республике Беларусь на 2016 – 2022 годы. // 2019. http://edu-grodno.by/wp-content/uploads/2017/10/STRATEGIYA-razvitiya-informatizatsii-v-Respublike-Belarus-na-2016.pdf.
8. Экономическое развитие Евразийского экономического союза и государств-членов в 2017 году: международные рейтинги. // 2018. http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/seminar/Documents/Экономическое%20развитие%20ЕАЭС%20и%20государств-членов%20в%202017%20г.%20Международные%20рейтинги.pdf.
9. Яшева, Г.А. Конкурентоспособность экономических систем в контексте сетизации социально-экономического пространства: теория, методология, практика: монография / В.В. Богатырева [и др.]; под ред. Яшевой Г.А. – Витебск :УО «ВГТУ», 2018. 304 с.
10. Яшева, Г.А. Методологические аспекты кластерного подхода к инновационному развитию и повышению конкурентоспособности национальной экономики. Яшева Г.А., Костюченко Е.А. // Вестник Витебского государственного технологического университета. 2016. № 1 (30). С. 188-208.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ РЕСУРСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

УДК 343.23.01

УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОХРАНЫ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА
CRIMINAL ASPECTS OF PROTECTION OF SUBJECTS OF SMALL BUSINESS

Алауханов Есберген Оразович
Alaukhanov Yesbergen Orazovich

Президент Казахстанского международного Криминологического клуба, Республика Казахстан, г. Нур-Султан
President of the Kazakhstan International Criminological Club, Republic of Kazakhstan, Nur-Sultan city
(e-mail: doctor.u@mail.ru)

Аннотация: Научная статья посвящена проблемам обеспечения экономической безопасности в сфере малого бизнеса, как явления современного казахстанского и мирового общества, связанных с ними вопросов совершенствования отечественного уголовного законодательства. Автор рассматривает правовой статус субъектов малого бизнеса и его значение для обеспечения правопорядка в предпринимательских отношениях, категорию лиц, совершивших уголовные деяния в области предпринимательской деятельности и т.д.

Ключевые слова: субъект, малый бизнес, предпринимательство, экономическая безопасность, преступление, охрана, правовое регулирование, профилактика.

Abstract: The scientific article is devoted to the problems of ensuring economic security in the field of small business, as a phenomenon of modern Kazakhstan and world society, related issues of improving domestic criminal law. The author examines the legal status of small businesses and its importance for ensuring law and order in business relations, the category of persons who have committed criminal acts in the field of business, etc.

Keywords: subject, small business, entrepreneurship, economic security, crime, protection, legal regulation, prevention.

Перспективные направления охраны субъектов малого бизнеса представляют из себя методологическую цепочку взаимосвязанных закономерностей, т.е. знаний теории криминологии (общенаучная концепция), теории предупреждения (отраслевая концепция), теории предупреждения преступлений в области экономики, строящихся на принципах:

1) *научности*, т.е. учет объективных закономерностей действия и развития негативных явлений и процессов, порождающих преступность в сфере экономической деятельности. Принцип научного решения проблем профилактики уголовных правонарушений предполагает приведение практической деятельности в соответствие с объективными условиями общественного развития. Научную основу профилактики экономических преступлений составляют комплекс наук и научных дисциплин, специально изучающих преступность и ее причины, социальные отклонения, различные негативные явления и процессы, питающие преступность, среди которых главенствующая роль принадлежит науке криминологии.

2) *законности,* т.е. неуклонность соблюдения и исполнения законов и основанных на них подзаконных актах всеми без исключения участниками общественных и экономических

отношений, полное соответствие их поведения предписаниям юридических норм.

3) *комплексного решения профилактических задач в сфере экономической деятельности и малого бизнеса,* т.е. от того, насколько полно учтены причины и условия совершения уголовных правонарушений, насколько интенсивно воздействие на группы негативных факторов, питающих преступность, зависит эффективность предупредительной работы государственных органов и общественных объединений.

4) *конкретности,* т.е. суть данного принципа состоит в том, что намечаемые мероприятия должны носить конкретный характер.

5) *реальности и результативности,* т.е. планируемые мероприятия необходимо оценить с точки зрения реальности и результативности, т.е. оценки по конечному результату с точки зрения выявления, нейтрализации и устранения причин и условий экономической преступности.

6) *адаптивности и адекватности профилактических мер* применительно к многообразию и, нередко, непредсказуемости функционирования причинного комплекса в сфере экономической деятельности.

При разработке конкретных мер по профилактике экономической преступности в сфере малого бизнеса мы исходили, прежде всего, из того, что преступность - явление социальное. Оно связано с причинами и условиями, находившимися в различных сферах и на различных уровнях общественной жизни - от общесоциальных причин и условий до конкретных ситуаций, складывающихся в отдельных социальных группах и между отдельными людьми.

Рассматривая общие проблемы криминологической профилактики уголовных правонарушений в сфере экономической деятельности, целесообразно классифицировать принимаемые основные меры. Классификация позволяет свести многообразие всех мер в определенную систему, разграничить компетенцию различных субъектов предупредительной деятельности, способствуя тем самым четкому определению границ их деятельности, сформулировать требования, которым должны соответствовать конкретные группы мер [1, с. 45-46].

Применительно к сфере малого бизнеса профилактические меры дифференцируются по ряду признаков:

1) цель и уровень профилактических мероприятий;
2) их масштаб;
3) правовая регламентация;
4) характер мер;
5) момент (стадия) применения;
6) субъекты профилактической деятельности.

На основании вышеуказанной классификации изложим краткую характеристику мерам, на которых должна строится система профилактики в сфере малого бизнеса (*прим. авт.* - за основу взята классификация, предложенная Ю.М. Антоняном, Г.М. Миньковским):

1) социально-экономические меры, подавляющие действие криминогенных и усиливающие действие антикриминогенных факторов в сфере малого бизнеса;

2) социально-демографические меры, регулирующие движение населения, численность и структуру его в отдельных регионах в целях предупреждения антиобщественных явлений в сфере малого бизнеса;

3) идеологические и культурно-воспитательные меры, решающие профилактические задачи путем реализации различных способов комплексной воспитательной деятельности по уменьшению антиобщественных взглядов, навыков и привычек в сфере малого бизнеса;

4) организационно-управленческие меры, направленные на распространение положительного опыта предупредительной работы, совершенствование ее системы в сфере малого бизнеса;

5) технические меры, способствующие устранению искажений количественных и качественных показателей при производстве, отпуске, хранении и транспортировке материальных ценностей и т.п. в сфере малого бизнеса;

6) правовые меры, оказывающие профилактическое и корректирующее воздействие на лиц, поведение и связи которых указывают на реальную опасность совершения ими деяний и создают условия, способствующие совершению преступлений в сфере малого бизнеса.

В свою очередь, мероприятия по устранению причин и условий, способствующих совершению преступлений в сфере малого бизнеса должны характеризоваться:

1) направленностью на профилактику преступлений и нейтрализацию их причин;

2) многоступенчатостью применяемых мер общего и специальной профилактики, осуществляемых на разных уровнях;

3) сочетанием общесоциальных мероприятий с целевыми по недопущению перехода на преступный путь конкретных лиц;

4) широким диапазоном мер воздействия на правонарушителей, индивидуальностью их применения на основе совокупности учета содеянного и личности;

5) сочетанием мер воздействия, как на личность, так и на среду, условия жизни и воспитания;

6) сочетанием мер государственного и общественного характера и т.п.

При этом, профилактика преступлений в сфере малого бизнеса должно отвечать определенным требованиям, предъявляемым к нему:

а) обоснованности, определяемой полнотой и правильностью установления и оценки причин и условий, способствующих совершению экономических преступлений;

б) соответствием мер по содержанию, интенсивности и длительности применения поставленной задаче; наличием реальной потребности в их применении,

в) конкретности.

г) реальности и социально-экономической целесообразности.

д) взаимодействию и комплексности (профилактика преступлений - комплексная задача, которая должна решаться совместными усилиями различных органов и организаций).

е) последовательной реализации требований закона, соблюдении в ходе профилактической деятельности прав и интересов, как организаций, так и от дельных граждан [2, с. 126].

Определить меры, которые наиболее эффективно могут повлиять на устранение или нейтрализацию криминогенного воздействия факторов, способствующих совершению преступлений в сфере малого бизнеса, можно только исходя из анализа причинного комплекса указанных преступлений. Поэтому уголовно-правовые и профилактические меры профилактики преступлений в сфере малого бизнеса целесообразно рассматривать адекватно характеристики функционирования факторов, детерминирующих совершение данных преступлений [3, с. 49-51].

Среди факторов, приводящих к экономическим преступлениям в сфере малого бизнеса, есть, как объективные, так и субъективные. Для их устранения требуется одновременная реализация обще социальных и специальных мероприятий социального, экономического, организационно-хозяйственного, правового и иного характера.

Концепция общесоциального предупреждения (Н.М. Абдиров, Г.А. Аванесов, А.Е. Алауханов, К. Бегалиев, У.С. Джекебаев, А.Э. Жалинский, И.И. Карпец, Е.И. Каиржанов, В.Н. Кудрявцев, Г.С. Мауленов и др.), указывая на предупредительное значение общесоциальных процессов и раскрывая их возможности, исходит из того, что именно общесоциальные меры и процессы имеют первостепенное значение при выработке мер по предупреждению и снижению уровня преступного влияния. Они ориентируют на то, чтобы исследовать процесс предупредительного воздействия результатов общесоциальных мер, прогнозировать их позитивное и негативное воздействие. Однако, не все принимаемые меры имеют одинаковое влияние на предупреждение и профилактику того или иного вида преступлений. Поэтому в данной статье мы акцентируем внимание только на тех из них, которые в наибольшей степени влияют или могут повлиять на устранение или нейтрализа-цию факторов, способствующих совершению экономических преступлений в процессе

ведения малыми предприятиями предпринимательской деятельности.

В системе общесоциальной профилактики экономических преступлений в сфере малого бизнеса одна из основных ролей по праву принадлежит экономическим методам и правовым мерам профилактики.

Исходя из общего понятия метода, *под экономическими методами профилактики следует понимать совокупность способов воздействия на экономические интересы субъекта, основанных на сознательном использовании знания экономических законов и способствующих устранению или ослаблению (ограничению) действия криминогенных факторов.*

Выделим следующие приоритетные меры по профилактике экономических деяний в сфере малого бизнеса:

1) поддержка малого бизнеса;

2) восстановление промышленно-производственной базы по выпуску отечественных товаров;

3) введение эффективного государственного контроля за развитием производственно-экономических и кредитно-финансовых отношений, особенно в коммерческих структурах, их регулирование с помощью налоговых рычагов;

4) реализация основных положений государственной целевой программы по обеспечению трудовой занятости населения (несовершеннолетние, пенсионеры, женщины, инвалиды и др.) в целях предупреждения роста безработных и преступлений, связанных с ними;

5) воспитание правосознания с тем, чтобы достичь уровня соблюдения правовых норм по личному убеждению.

6) воспитание профилактической активности граждан, их готовности помогать в борьбе с преступностью и другие.

В сфере малого бизнеса при профилактике экономических преступлений уголовно-правовыми способами важное место должны занимать правовые меры, которые, во-первых, создают правовую базу для разработки и применения мер профилактики всех видов. Во-вторых, предусмотренные в соответствующих нормативно-правовых актах меры правового воздействия и основанные на них меры правового воспитания непосредственно обеспечивают профилактику преступности, ее отдельных видов и конкретных преступлений.

Серьезное профилактическое воздействие, в этом плане, способна оказать правильная налоговая политика государства, которая сегодня, как никогда нуждается в серьезных изменениях. В негативных оценках предпринимателей сторон налоговой системы лидирует большое количество налогов с разными, зачастую, непростыми способами расчетов, введение новых налогов и платежей с запаздыванием инструкций по их расчету.

Также проведенные исследования показывают, что действующая налоговая система предопределяет высокий уровень теневой деятельности. В определенной степени об уровне ухода от налогообложения можно судить по объемам работы фирмы с контрагентами без документального оформления договоров. Работа без договоров в наличном обороте дает не учитываемый совокупный доход, который не подлежит никакому обложению.

Именно гибкая налоговая система должна создать равные условия хозяйствования и использования заработанных средств всеми участниками общественного производства. С помощью налоговых рычагов стимулировать в первую очередь товаропроизводителей, а не посредников.

Совершенствование законодательства - одна из важнейших государственных задач, которая должна решаться со строго научных позиций, с учетом объективных возможностей и общественной практики. Нетрудно понять, что отсутствие эффективно действующей законодательной базы, несовершенство механизма проводимых реформ, эффект от которых пока невелик, экономические и политические трудности, переживаемые нашей страной отнюдь не способствуют предупреждению преступлений [4, с. 71].

Список литературы

1) Криминология. Учебник // под ред. А.И. Долговой. - М.: ИНФРА-М, 1997. С.45-46.
2) *Рогов И.И.* Проблемы борьбы с экономической преступностью. Дисс. на соиск. д.ю.н. - Алма-Ата. 1991. – 228 с.
3) *Досюкова Т.В.* Уголовная ответственность за лжепредпринимательство. Дисс. … канд.юр.наук. – М.: МЮИ МВД РФ, 1997. – 154 с.
4) *Голина В.В.* Криминологическая профилактика, предотвращение и пресечение преступлений. - Киев, 1989. – 101 с.

УДК 349

ЦИФРОВОЕ ПРАВО-ПРАВО БУДУЩЕГО: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ
DIGITAL LAW OF THE FUTURE: ON THE PROBLEM STATEMENT

Алауханов Есберген Оразович *, Бекмагамбетов Алимжан Бауржанович **, Курманалинов Еркин Жаксылыкович ***
Alaukhanov Yesbergen Orazovich *, Bekmagambetov Alimzhan Baurzhanovich **, Kurmanalinov Erkin Zhaksylykovich ***

**Казахстанский международный криминологический клуб, Казахстан, г.Нур-Султан*
** Kazakhstan International Criminological Club, Kazakhstan, Nur-Sultan*
(e-mail: doctor.u@mail.ru)
***Костанайский государственный университет им.А.Байтурсынова, Казахстан, г.Костанай*
*** Kostanay State University named after A. Baitursynov, Kazakhstan, Kostanay*
(e-mail: adilet1979@mail.ru)
****Центр правоохранительных услуг прокуратуры Костанайской области, Казахстан, Костанай*
**** Center for law enforcement services of the prosecutor's office of Kostanay region, Kazakhstan, Kostanay*
(e-mail: erkinkurmanalinov@gmail.com)

Аннотация: в настоящей публикации рассмотрены новые феномены – цифровая экономика и цифровое право в контексте активного внедрения технологий четвертой промышленной революции на евразийском пространстве. Авторами впервые в отечественной науке предлагается выделение «цифрового права» как самостоятельной отрасли права, сферы фундаментальных исследований и новой учебной дисциплины, востребованность которых будет возрастать по мере углубления процесса всеобъемлющей цифровизации.

Abstract: The article discusses new phenomena – the digital economy and the digital law to the development of technologies of the fourth industrial revolution in the Eurasian space. In this article the comprehension of digital law is suggested first by authors as separate branch of law and academic discipline. For the first time in domestic science, the authors propose the allocation of “digital law” as an independent branch of law, the sphere of basic research and new academic discipline, the demand for which will increase as the process of comprehensive digitalization deepens.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровое право, технологии индустрии 4.0.
Key words: digital economy, digital law, the technologies of the fourth industry

Республика Казахстан целенаправленно движется по пути созидания и прогресса, учитывая глобальные вызовы и мега-тренды.

Как подчеркнул вновь избранный Президент «Масштабной задачей, стоящей перед страной в реалиях XXI века, является цифровизация. Она должна затронуть все сферы жизни – от оказания государственных услуг до создания новых отраслей экономики будущего»[1,с.2]. Уже сегодня есть ощутимый результат. За 2018 год общий экономический эффект от цифровизации в Казахстане составил 578 млн.долларов[2]. В Костанайской области в рамках региональной Дорожной карты цифровизации проведено 93 из 130 мероприятий по 11 направлениям с финансированием из местного бюджета 3 178,1 млн.тг. и более 3 500 млн.тг. за счет частных инвестиции[3].

Экономика будущего – это цифровая экономика, отдельные элементы которого уже появились сейчас. Речь, прежде всего, идет о финансовых инструментах, основанных на технологии блокчейна. В этом направлении активно работают во вновь созданном институте - Международный финансовый центр «Астана». Учитывая, что современные социально-экономические и политико-правовые процессы развиваются стремительно, то небезосновательны прогнозы о скором формировании сложной и качественно новой модели экономики – цифровой экономики. Причем едва ли такие прогнозы являются исключительно футуристичными, они активно и уверенно создают новую глобальную реальность. Будет она развиваться по оптимистичному или пессимистичному прогнозу, как неоднократно подчеркивает президент Всемирного Давосского форума Клаус Шваб, зависит от нас, от человечества.

Развитие высоких технологий четвертой промышленной революции в современном мире неизбежно влечёт за собой необходимость надлежащей правовой регламентации общественных отношений возникающих в сфере цифровизации.

По мнению авторитетных международных экспертов, «нам нужен новый нормативно-правовой климат, без которого невозможно уверенное применение инновационных технологий. Устаревшие законодательства плохо приспособлены к решению описываемых проблем – это огромная помеха[4,с.10].

В качестве иллюстрации, приведем результаты контент-анализа сборника публикаций одного из крупных правовых форумов[2]: «Уголовное преследование за использование криптовалют в контексте конвенционных обязательств Российской Федерации» (автор – Е.С.Плюсова), «Уголовный закон и криптовалюта» (М.И.Немова), «Криптовалюта как предмет преступлений против собственности» (Д.А.Рягузова), «Квазифинансовые инструменты как новые объекты уголовно-правовой охраны: постановка проблемы» (С.А.Маркунцов), «Развитие рынка криптовалют и его влияние на российское законодательство» (А.А.Южин). Здесь сфокусировано внимание на цифровой валюте и отсутствии надлежащей законодательной базы в отношении цифровой экономики, которая, объективности ради заметим, еще не сформирована в полной мере. Но процесс этот стартовал. Проявлена политическая воля сразу в нескольких государствах. Так, в соответствии с решением Высшего Евразийского экономического Совета от 26 декабря 2016 года № 21 четко обозначена «необходимость развития цифровой экономики государств-членов и формирования цифровой повестки ЕАЭС»[5].

Если в Республике Казахстан основополагающим актом, консолидировавшим в себе основные стратегические направления внедрения цифровизации, является государственная программа «Цифровой Казахстан», утверждённая постановлением Правительства Республики Казахстан №827 от 12 декабря 2017 года, то в Российской Федерации эту функцию выполняет национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», паспорт которой был утверждён решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года.

В соответствии с Решением Высшего Евразийского экономического Совета от 11 октября 2017 года № 12 «к направлениям развития цифровой экономики в рамках настоящих

[2] Уголовное право: стратегия развития в XXI веке: материалы XV международной научно-практической конференции – Москва: РГ-Пресс,2018

Основных направлений относятся: цифровая трансформация отраслей экономики и кросс-отраслевая трансформация, цифровая трансформация рынков товаров, услуг, капитала и рабочей силы, цифровая трансформация процессов управления интеграционными процессами, развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защищенности цифровых процессов»[6].

В Республике Казахстан, во исполнение Посланий Президента народу «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» от 31 января 2017 года[3] и «Новые возможности в условиях четвертой промышленной революции» от 10 января 2018 года[4] помимо вышеупомянутой государственной программы принят Приказ Министра цифрового развития, оборонной и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан от 11 апреля 2019 года № 37/НҚ «Об утверждении перечня приоритетных видов деятельности в области информационно-коммуникационных технологий и критериев собственного производства»[5] товаров участников Международного технологического парка «Астана Хаб». Таким образом, возникает ранее неизвестный тип экономических отношений, который нуждается в перезагрузке правового поля. По справедливому мнению Лебедева С.Я. «развитие цифровой экономики закономерно предопределяет последовательное цифровое оформление правовых регуляторов и связанных с ними правоприменительных механизмов...Переводимые на цифровой язык, многие нормы...отраслей законодательства, призванные своими регламентами сопровождать соответствующие технологические процессы в каком-либо секторе экономики, фактически довершить процесс формирования системных основ новой цифровой экономики»[7,с.155]. В методологическом отношении целесообразно вести речь о пересмотре существующих концептуальных постулатов, содержании понятийно-категориального аппарата, юридико-технических конструкций, в целом, архитектуры системы законодательства, включая соответствующий каталог отраслей. Делом первостепенной важности, является разработка такой базовой категории как «цифровое право». Причем, сразу отметим, что можно выделить два подхода к трактовке: широкое (право как отрасль) и узкое толкование (право как субъективные возможности индивида).

Само понятие цифровых прав на сегодняшний день уже активно используется учеными юристами[6] и практиками в Российской Федерации.

12 марта этого года Государственной Думой Российской Федерации в окончательном чтении принят проект федерального закона «О цифровых правах», вносящий изменения в Гражданский Кодекс Российской Федерации, в части закрепления вопросов регулирования рынка новых объектов экономических отношений - «токенов» , «криптовалют» и т.д.

Вместе с тем, законодатель определяет понятие «цифрового права» как вид имущественных прав в системе объектов гражданских прав и ограничивает его применение исключительно цивилистической сферой.

Некоторые российские исследователи предлагают понимать под цифровым правом совокупность электронных данных (цифровой код, обозначение), которая удостоверяет права на объекты гражданских прав[8.с.36] .

Мы в свою очередь полагаем, что в юридическую терминологию вполне закономерно вписывается другое понимание цифрового права как отрасли права, то есть совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере цифровизации различных отраслей экономики, а также оказания государственных услуг населению.

[3] http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700002017
[4] http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1800002018
[5] http://adilet.zan.kz/rus/docs/V1900018523
[6] См., например Жаботинский М.В. Цифровые права как объекты гражданских прав//Кубанское агентство судебной информации pro-sud-123.ru: юридический сетевой электронный научный журнал-2019-№1-С.36-44; Корсик К.А. Цифровые права как новые объекты гражданских прав и новые правила о соблюдении письменной формы сделки//Нотариальный вестникъ.-2019-№4-С.2-3;Щербачева Л.В. Управление цифровыми правами//Вестник экономической безопасности-2016-№6-С.181-184.

Поэтому, эти отношения отнюдь не ограничиваются лишь цивилистической плоскостью (гражданское, гражданско-процессуальное), могут затрагивать аспекты конституционного, финансового, налогового, трудового, здравоохранительного законодательства, а также управленческого применения норм уголовного, уголовно-процессуального и уголовно-исполнительного права и т.д.

Например, инструкции, регламентирующие алгоритм оформления материалов электронного уголовного дела, по сути, не относятся к нормам уголовно-процессуального права, но в случае их несоблюдения могут вызвать за собой серьёзные последствия вплоть до признания недопустимыми добытых по делу доказательств.

Безусловно, для полного и всестороннего толкования понятия цифрового права как научной и учебной дисциплины необходимо рассматривать его как в совокупности, так и путём расчленения на составные элементы, задача авторов данной публикации состоит в первую очередь лишь в том, чтобы вызвать интерес отечественной науки к исследованию цифрового права как социоправового феномена.

Тенденция увеличения нормативно-правовых актов, регламентирующих правовые отношения в области цифровых технологий, позволяет сделать вывод о постепенном формировании новой отрасли права – цифрового права.

Исходя из общих принципов формирования структурных элементов отрасли права необходимо выделить понятие предмета и метода цифрового права как отрасли науки и учебной дисциплины.

Предметом цифрового права будет являться круг общественных отношений, регулируемых нормами данной отрасли, а методом выступает способ правового регулирования общественных отношений, составляющих предмет цифрового права.

Учитывая современную потребность рынка труда в юристах с высоким уровнем практических знаний цифровых технологий[7] полагаем необходимым создание и выделение в отдельный специализированный курс учебной дисциплины «Цифровое право Республики Казахстан» состоящий из следующих модулей: а) «Применение цифровых технологий в правоохранительной и судебной деятельности»; б) «Цифровые права как разновидность личных неимущественных прав»; в) «Правовая регламентация государственного цифрового управления»;

Авторы считают, что приведённый перечень не может носить исчерпывающий характер, является примерным и может быть дополнен в зависимости от потребностей обучаемых.

Более того, дальнейшее развитие правовых норм неизбежно повлечёт за собой разработку новых учебных модулей.

Внедрение во многих высших учебных заведениях учебные программ с применением дистанционных образовательных технологий, также являются частью глобальной цифровизации, а правовую регламентацию применения и использования этих программ в некоторой степени также можно отнести к отрасли цифрового права.

Таким образом, цифровому праву в широком его понимании присущи черты междисциплинарной правовой науки, поскольку цифровые правоотношения касаются различных отраслей права – гражданского, трудового, уголовного, земельного и т.д. Думается, что и базовая отрасль – конституционное право также подвергнется обновлению предмета правового регулирования с учетом активного внедрения современных технологий четвертой промышленной революции в части правосубъектности личности в контексте развития генной инженерии (клонирование человека), применения искусственного

[7] Это стало темой расширенного заседания Учебно-методического объединения по направлению «Право» 6.05.2019 года с участием вице-министра образования и науки РК Жакыповой Ф.Н. Примечательно, что «до конца года несколько российских вузов получат гранты на создание и функционирование центров для разработки моделей цифрового университета»// https://rg.ru/2019/06/05/vuzy-rossii-poluchat-granty-na-razrabotku-modeli-cifrovogo-universiteta.html

интеллекта и др. В концентрированном виде это должно найти отражение в Концепции правовой политики на период с 2021 года.

Список литературы

1. Выступление Касым-Жомарта Токаева на официальной церемонии вступления в должность избранного Президента Республики Казахстан//Казахстанская правда.-13 июня 2019 года.
2. https://www.inform.kz/ru/578-mln-dollarov-sostavil-obschiy-ekonomicheskiy-effekt-ot-cifrovizacii-v-kazahstane_a3537979
3. http://archiv.kostanay.gov.kz/tsifrovizatsiya/gosudarstvennye-programmy
4. Шваб К. Технологии Четвертой промышленной революции / К. Шваб — «Эксмо», 2018 (Top Business Awards)
5. http://adilet.zan.kz/rus/docs/H16B0000021
6. http://adilet.zan.kz/rus/docs/H17B0000012
7. Лебедев С.Я. Перспективы модернизации уголовного закона как средства обеспечения безопасного развития цифровой экономики//Обеспечение национальной безопасности – приоритетное направление уголовно-правовой, криминологической и уголовно-исполнительной политики: материалы XI Российского Конгресса уголовного права, посвященного памяти доктора юридических наук, профессора Владимира Сергеевича Комиссарова, состоявшегося 31 мая-1 июня 2018 года.-М.: Юрлитинформ,2018.
8. Карцхия А.А. Цифровое право как будущее классической цивилистики. Право будущего: Интеллектуальная собственность, инновации, 2018.//https://cyberleninka.ru/article/v/tsifrovoe-pravo-kak-buduschee-klassicheskoy-tsivilistiki-statya.

УДК 343.46

ОБ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРЕСТУПЛЕНИЯ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ABOUT CRIMINAL LIABILITY FOR CRIMES IN THE SPHERE OF BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Галузо Василий Николаевич
Galuzo Vasily Nikolaevich

Научно-исследовательский институт образования и науки, Россия, Москва
Research institute of science and education, Russia, Moscow
(e-mail: vgrmn@yandex.ru)

Аннотация: уголовная ответственность за неправомерное занятие предпринимательством может предусматриваться исключительно в Уголовном кодексе Российской Федерации; положения раздела VIII Уголовного кодекса Российской Федерации (и название, и отдельные главы, и статьи) нуждаются в изменении подхода: от карательно-пресекательного к охранительному; отдельные составы преступлений, предусмотренные в главе 22 Уголовного кодекса Российской Федерации, ввиду их неопределенности, декриминализовать (в частности, исключить статью 171).

Abstract: criminal liability for illegal occupation by business can be provided only in the Criminal code of the Russian Federation; provisions of section VIII of the Criminal code of the Russian Federation (both the name, and separate chapters, and articles) need change of approach: from punitive-suppressive to protective; separate structures of the crimes provided in Chapter 22 of the Criminal code of the Russian Federation in view of their uncertainty, to decriminalize (in particular, to exclude article 171).

Ключевые слова: Российская Федерации, законодательство, нормативный правовой акт, федеральный закон РФ, Уголовный кодекс РФ, уголовная политика, криминализация, декриминализация, уголовная ответственность, предпринимательство, «незаконное предпринимательство».

Keywords: Russian Federation, legislation, normative legal act, Federal law of the Russian Federation, criminal code of the Russian Federation, criminal policy, criminalization, decriminalization, criminal liability, entrepreneurship, «illegal entrepreneurship».

Предметом данной статьи является уголовная ответственность за преступления в сфере предпринимательства в Российской Федерации. [3, С.119-123]

Первоначально о состоянии теории.

Так, А.В. Полянина сумела определить «основные тенденции» «института уголовной ответственности за незаконное предпринимательство» («В целом же исторический экскурс дает основания для вывода о том, что предпринимательская деятельность, осуществляемая в пределах установленных правил, является весомой социально-экономической ценностью, о чем свидетельствует неизменная уголовно-правовая защита нарушений в этой сфере экономики»). [14]

В.А. Шестак установил «современные особенности» уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательства (таковых шесть) («В-шестых, это особенности назначения судом наказания по делам рассматриваемой категории»).[21, С.24-27]

Ряд авторов сфокусировали внимание на составе преступления, предусмотренного ст. 171 УК РФ: В.В. Сараев («Актуальность данной проблемы заключается … в том, что правовая неопределенность в отнесении профессионального спорта к предпринимательской деятельности и надуманная «автономия спорта» практически сводят к нулю применение ст. 171 УК РФ в отношении субъектов профессионального спорта») [17, С.21-24]; Л. Воробьева («Это положение (ст. 34 Конституции РФ. – В.Г.) имеет принципиальное значение для уяснения вопроса, за какую деятельность могут привлекаться к уголовной ответственности по ст. 171 и ст. 171.1 УК РФ») [2]; С. Коровинских («Подводя итог, хотелось бы отметить, что содержание диспозиции ст. 171 УК должно находиться в тесной зависимости от положений законодательства, регулирующего порядок осуществления предпринимательской деятельности. Поскольку отечественное законодательство придерживается разрешительной системы, возлагающей на каждого предпринимателя обязанность пройти государственную регистрацию, а в необходимых случаях и получить лицензию на право занятия предпринимательской деятельностью, то наказываться должно незаконное предпринимательство совершенно независимо от наступления или отсутствия вредных последствий от действий виновного. Единственным условием уголовной наказуемости незарегистрированной, безлицензионной, с нарушением условий лицензирования деятельности предпринимателя должны служить ее масштабы, определяемые размером полученных доходов, исчисляемых без учета расходов, понесенных предпринимателем в ходе данной деятельности») [11]; О.Г. Карпович («Исходя из санкций незаконная предпринимательская деятельность, предусмотренная ч. 1 ст. 171 УК РФ, как и квалифицированный состав преступления, включенный в ч. 2 ст. 171 УК РФ, признаются преступлениями средней тяжести. Такой подход вряд ли рационален. Было бы правильнее за квалифицированный состав установить наказание в виде лишения свободы на срок до семи лет, переведя деяние, предусмотренное ст. 171 УК РФ, из разряда средней тяжести в разряд тяжких преступлений, предусмотрев при этом возможную конфискацию имущества виновного») [10].

Да и автор данной статьи имеет соответствующий опыт правоприменения. Так, еще 18 июля 2013 г. по его заявлению в СО ОМВД РФ по району «Дорогомилово» возбуждалось уголовное дело по ч. 2 ст. 159 УК РФ (уголовное дело № 733210). 28 августа 2013 г. автор данной статьи приобретал статус «потерпевший», а 24 сентября 2013 г. – статус «гражданский истец». Фактическое уклонение процессуального органа от расследования

преступления побуждало автора данной статьи к неоднократному обращению в суд общей юрисдикции [6;9]: в Дорогомиловский районный суд г. Москвы с исковыми заявлениями (от 30 ноября 2018 г. и от 20 декабря 2018 г.). При этом в качестве правового обоснования использовались два федеральных закона РФ: Федеральный закон РФ «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» от 21 апреля 2010 г. [19]; Федеральный закон РФ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О компенсации за нарушение права на судопроизводство в разумный срок или права на исполнение судебного акта в разумный срок» от 21 апреля 2010 г. [20].

Вероятно, не столь совершенные результаты научных изысканий предопределяют и несовершенство уголовного законодательства [4;5;7] об уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательства. В первую очередь обращаем внимание на Уголовный кодекс РФ от 24 мая 1996 г. [18], введенном в действие с 1 июля 1997 г. [12] В этом нормативном правовом акте, по юридической силе приравниваемом к федеральному закону РФ [7, С.20-30], обращаемся к разделу VII «Преступления в сфере экономики», включающему главу 21 «Преступления против собственности» (статьи 158-168) и главу 22 «Преступления в сфере экономической деятельности» (статьи 169-200[6]) [8, С.150-152; 22, С.163-164].

Сложность правоприменения по названным составам преступления констатировано и в постановлениях Пленума Верховного Суда РФ [5, С.163-168]: постановление Пленума Верховного Суда РФ «О практике применения судами законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности» № 48 от 15 ноября 2016 г. [15] («В соответствии со статьями 8, 34 и 35 Конституции Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности. Частная собственность признается и защищается наравне с иными формами собственности. Каждый вправе свободно использовать свои способности и имущество для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности»; «Эффективное решение задач государственной экономической политики предполагает создание и поддержание в Российской Федерации благоприятного делового, предпринимательского и инвестиционного климата и условий для ведения бизнеса посредством стимулирования законной предпринимательской деятельности, осуществляемой ее субъектами самостоятельно, на свой риск и основанной на принципах юридического равенства и добросовестности сторон, свободы договора и конкуренции» (абзацы первый и второй преамбулы); Постановление Пленума Верховного Суда РФ «О ходе выполнения судами Российской Федерации постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 ноября 2016 года № 48 "О практике применения судами законодательства, регламентирующего особенности уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности" № 33 от 3 октября 2017 г. [16].

Таким образом, уголовная ответственность относительно предпринимательства в Российской Федерации многозначна: во-первых, как средство охраны общественных отношений, сопряженных с предпринимательством и, в-вторых, как гарантия от занятия лжепредпринимательством.

Изложенное позволяет нам высказать несколько суждений.

Во-первых, уголовная ответственность за неправомерное занятие предпринимательством может предусматриваться исключительно в Уголовном кодексе Российской Федерации.

Во-вторых, положения раздела VIII Уголовного кодекса Российской Федерации (и название, и отдельные главы, и статьи) нуждаются в изменении подхода: от карательно-пресекательного к охранительному.

В-третьих, отдельные составы преступлений, предусмотренные в главе 22 Уголовного кодекса Российской Федерации, ввиду их неопределенности, декриминализировать (в частности, исключить статью 171).

Список литературы

1. Беседин А.В., Галузо В.Н. Уголовно-правовая охрана собственности в Российской Федерации и в Федеративной Республике Германия // Аграрное и земельное право. 2017. № 4. С. 130-135).
2. Воробьева Л. Уголовная ответственность за незаконное предпринимательство // Законность. 2001. № 2.
3. Галузо В.Н. Конституционно-правовой статус России: проблема именования государства // Вестник Московского университета МВД России. 2010. № 5. С. 119-123
4. Галузо В.Н. О системе уголовного законодательства в Российской Федерации / Конвенционные начала в уголовном праве: Международная научно-практическая конференция 22 ноября 2013 года / Отв. ред. Б.В. Яцеленко. М.: РПА Минюста России, 2014. С. 99-104
5. Галузо В.Н. О соотношении правоприменительной практики и теории уголовного процесса в решении Пленума Верховного Суда Российской Федерации (отклик на постановление Пленума Верховного Суда РФ № 51 от 19 декабря 2017 г.) // Государство и право. 2019. № 4. С. 163-168.
6. Галузо В.Н. Правоохранительные органы: Учебник для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.
7. Галузо В.Н. Систематизация законодательства в Российской Федерации: состояние и перспективы развития // Закон и право. 2009. № 8. С. 28-30
8. Галузо В.Н. Уголовно-правовая охрана деятельности кредитных организаций в Российской Федерации (рецензия на книгу: «Олимпиев А.Ю. Преступления в кредитно-банковской сфере: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2015. 272 с.») // Право и государство: теория и практика. 2015. № 3. С. 150-152
9. Галузо В.Н., Канафин Н.А. О юрисдикции государственных судебных органов районного звена в городе Москве: обеспечиваются ли положения теории правоохраны? // Образование и право. 2017. № 7. С. 128-135.
10. Карпович О.Г. Уголовная ответственность за незаконную предпринимательскую деятельность // Юрист. 2003. № 2.
11. Коровинских С. Уголовная ответственность за незаконное предпринимательство // Российская юстиция. 2000. № 4.
12. О введении в действие Уголовного кодекса Российской Федерации: ФЗ РФ от 24.05.1996 г. // СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.
13. О роли нормативного правового акта в системе права Российской Федерации // Образование. Наука. Научные кадры. 2009. № 4. С. 27-30.
14. Полянина А.В. Основные тенденции развития института уголовной ответственности за незаконное предпринимательство в России // Общество и право. 2009. № 1.
15. Российская газета. 24.11.2016. 24 ноября; Бюллетень Верховного Суда РФ. 2017. № 1.
16. Российская газета. 2017. 13 октября; Бюллетень Верховного Суда РФ. 2018. № 1.
17. Сараев В.В. Уголовная ответственность за незаконное предпринимательство (ст. 171 УК РФ) в профессиональном спорте // Российский следователь. 2012. № 2. С. 21-24.
18. СЗ РФ. 1996. № 25. Ст. 2954; …; 2019. № 22. Ст. 2668.
19. СЗ РФ. 2010. № 18. Ст. 2144; …; 2016. № 52 (часть V). Ст. 7499.
20. СЗ РФ. 2010. № 18. Ст. 2145; 2014. № 26 (часть I). Ст. 3392; 2015. № 10. Ст. 1393.
21. Шестак В.А. Современные особенности привлечения к уголовной ответственности за преступления в сфере предпринимательской и иной экономической деятельности // Российская юстиция. 2017. № 10. С. 24-27.
22. Эриашвили Н.Д., Галузо В.Н., Дамдинсурэнгийн Гэрэлбаатор. Разбой по уголовному законодательству в Российской Федерации и в Монголии (сравнительно-правовой аспект) // Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 8. С. 163-164

УДК 343.13

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ БОРЬБЫ С ЭКОНОМИЧЕСКИМИ И НАЛОГОВЫМИ ПРАВОНАРУШЕНИЯМИ И ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ В НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ[8]

KEY PROBLEMS OF FIGHT AGAINST ECONOMIC AND TAX OFFENCES AND CRIMES IN THE OIL AND GAS COMPLEX OF RUSSIA IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SECURITY

Гапоненко Владимир Федосович
Gaponenko Vladimir Fedosovich

Академия управления МВД России, Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, Москва
MIA Academy of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow
(e-mail: profgaponenko@gmail.com)

Аннотация: Статья посвящена некоторым актуальным особенностям в сфере ключевых проблем борьбы с экономическими и налоговыми правонарушениями и преступлениями в нефтегазовом комплексе России в контексте экономической безопасности страны в современных условиях.

Abstract: Article is devoted to some relevant features in the sphere of key problems of fight against economic and tax offenses and crimes in an oil and gas complex of Russia in the context of economic security of the country in modern conditions.

Ключевые слова: экономическая безопасность нефтегазового комплекса, взаимодействие налоговых органов и правоохранительных органов, экономическая, финансовая и налоговая безопасность, коррупция и экономические преступления.

Keywords: economic security of an oil and gas complex, interaction of tax authorities and law enforcement agencies, economic, financial and tax security, corruption and economic crimes.

Экономическая безопасность нефтегазового комплекса (НГК) - это одна из важнейших его характеристик, которая свидетельствует о способности адаптивно реагировать на экономические и социальные изменения в стране и проводить крупные экономические преобразования, используя для этого собственные ресурсы. Однако наличие только способности к проведению преобразований без стратегического ориентира на достижение экономического эффекта не соответствует национально-государственным интересам страны. В настоящее время эти ориентиры государством определены, но существуют ряд угроз, которые могут существенно снизить эффект экономической деятельности комплекса [1]. Остановимся на угрозах криминального характера, относящихся к внутренним угрозам, которые отнесены к «беловоротничковой преступности». Акцент сделаем на экономических и налоговых преступлениях в связи с тем, что именно этими преступлениями наносится наиболее ощутимый ущерб интересам собственников.

В постсоветские годы широкое распространение получили уклонения от уплаты налогов путем использования вертикально-интегрированными компаниями (ВИНК) внутрикорпоративного (трансфертного) ценообразования. Подобные способы уклонения от налогов применялись буквально всеми нефтегазовыми компаниями, даже государственными.

Кроме применения внутрикорпоративного ценообразования в деятельности ВИНК применялась схема по использованию территорий льготного налогообложения (оффшорных

[8] *Статья выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) – Договор № 18-010-01061/19* .

зон). Для этого предприятия регистрировались на территории Российской Федерации в отдельных административно-территориальных образованиях, где представлялись значительные льготы по налоговым платежам (внутренние оффшоры), или за ее пределами, на территории государств с соответствующей либеральной налоговой политикой (внешние оффшоры).

Для экономики страны наиболее опасны использование внешних оффшоров, которые не позволяют осуществлять налоговый контроль по проводимым операциям и позволяют неконтролируемо вывозить за рубеж капиталы [2].

В настоящее время функции борьбы с правонарушениями и преступлениями в налоговой сфере распределены между МВД России, ФНС России и Следственным Комитетом России. Для эффективной борьбы с указанными правонарушениями и преступлениями в налоговой сфере в современных условиях необходимо наладить соответствующее взаимодействие этих структур, чтобы каждая взаимодействующая структура четко выполняла возложенные на нее государством функции.

Взаимодействие между МВД России и Федеральной налоговой службой России строятся в соответствии с заключенным Соглашением о взаимодействии [3].

Кроме указанных в сфере борьбы с налоговыми преступлениями существуют и другие проблемы, так в связи с прошедшими реформами МВД России, изменениями законодательства и исходя из анализа оперативно-служебной деятельности подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции (ЭБ и ПК) позволили выделить ряд направлений, требующих принятия организационных и правовых мер в краткосрочной и длительной перспективе, в рамках конкретного региона и государственных институтов в целом для совершенствования механизма противодействия экономической и налоговой преступности. Это связано со следующими обстоятельствами:

1. В связи с внесенными в УПК РФ изменениями собранные органами внутренних дел оперативные материалы по налоговым преступлениям не могут являться основаниями для возбуждения уголовного дела. Законодательно не определен механизм представления налоговому органу материалов оперативно-разыскной деятельности, которые могут стать весомым аргументом, как при назначении проверки, так и важными доказательствами, совершенного налогового правонарушения при предъявлении обвинения лицу по уголовному делу [5].

В связи с этим актуально стоит вопрос о формировании тройственного межведомственного соглашения ФНС России, СК России и МВД России по организации взаимодействия этих органов.

2. Возможно наделение налогового органа Федеральной налоговой службы России полномочиями органа дознания для выявления признаков преступления посредством проведения оперативно-розыскной деятельности (ОРД) с последующей передачей материалов в органы предварительного следствия, а также осуществления оперативного сопровождения предварительного расследования.

Этот вариант реформы является менее затратным, однако и менее эффективной так как предполагает решение лишь одной из стоящих перед правоохранительной системой задачей – совершенствование лишь системы противодействия налоговой, но не в целом экономической и финансовой преступности.

Поэтому предпочтительней видится модель реформы, предполагающая создание в стране качественно нового государственного органа, который осуществлял бы в полном объеме функцию по выявлению и раскрытию преступлений, посягающих на финансовую систему государства – Финансовой полиции Российской Федерации.

Зарплаты и материнский капитал, теневая инкассация и веерное обналичивание - такие типичные схемы описал в настоящее время Росфинмониторинг и разослал по банкам. При этом, типологии носят информационный и рекомендательный характер: описанные в них схемы должны помогать банкам и другим участникам рынка лучше выявлять сомнительные операции, чтобы препятствовать их проведению.

В настоящее время обналичивание часто используется в схемах отмывания доходов, также оно обеспечивает работу теневой экономики (выплаты серых зарплат, уклонение от уплаты налогов), отмечает Росфинмониторинг в отчете о национальной оценке рисков легализации преступных доходов.

По данным ЦБ России, основной спрос на теневые финансовые услуги предъявляет строительный сектор — на него приходится почти треть всех сомнительных операций.

Как представляется, кроме указанных мер в целях эффективного противодействия налоговым правонарушениям и преступлениям необходимо: внести дополнения в Налоговый кодекс Российской Федерации в части формирования института справочных цен и утвердить методику их формирования; предусмотреть повышение налоговой нагрузки при росте количества организаций-посредников; внести изменения в действующее законодательство, предусматривающие налоговые вычеты по НДС и акцизам, в зависимость от их своевременного поступления в бюджет от предыдущих собственников; ужесточить административную ответственность за совершение налоговых правонарушений; привести в соответствие с уголовным законодательством (сроками давности по тем или иным преступлениям) сроки хранения документов отражающих финансово-хозяйственную деятельность юридических и физических лиц, а так же их бухгалтерской, финансовой и налоговой отчетности; ввести обязательное нотариальное удостоверение сделок, а так же дополнений и приложений к ним, заключаемых юридическими лицами в целях осуществления финансово-хозяйственной деятельности; ввести ответственность за действия, приведшие к утрате документов отражающих финансово-хозяйственную деятельность организации и частных предпринимателей, а так же за непринятие мер по обеспечению их сохранности [4].

Таким образом, для эффективной борьбы с налоговыми преступлениями необходимо в уголовное законодательство заложить принцип экономической выгодности уплаты налогов. Действующий в настоящее время принцип [5], когда при оплате недоимок и пеней до завершения предварительного следствия уголовное дело прекращается, не обеспечивает данный принцип, а наоборот стимулирует его.

Список литературы

1. Гапоненко В.Ф. Приоритетная модель управления финансовыми ресурсами малого и среднего бизнеса на базе стоимостно-ориентированного подхода в контексте экономической безопасности // Микроэкономика. 2018. № 1. С. 55-61.

2. Гапоненко В.Ф. Применение административно - правовых мер для обеспечения финансовой безопасности объектов и отраслей нефтегазового комплекса России // Финансовый менеджмент в условиях новой промышленной революции: тенденции и перспективы. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, 12 декабря 2018 г. / Под ред. профессора Якутина Ю.В. – М.: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2018. С. 40-45.

3. Гапоненко В.Ф., Алабердеев Р.Р. Обеспечение экономической безопасности нефтегазового комплекса России в системе национально-государственных интересов государства // Современное состояние и проблемы предварительного следствия в органах внутренних дел России: сборник тезисов и статей Международной научно-практической конференции (06 апреля 2018 г.). - Сочи: Перископ-Волга, 2018. С. 54-62

4. Гапоненко В.Ф., Беренгартен М.Г., Ищенко Е.Г. Стратегия развития российских и зарубежных нефтегазовых компаний в контексте экономической безопасности // Следственная деятельность: настоящее и будущее: сборник тезисов и статей Международной научно-практической конференции (10.07.2018 г.) / ред. колл. С.Ю. Бирюков, Д.В. Кайргалиев. – Краснодар: Перископ-Волга, 2018. С. 77-84.

5. Гапоненко В.Ф. Финансово-правовые аспекты обеспечения экономической безопасности в налоговой сфере // Механизм экономико-правового обеспечения национальной безопасности: опыт, проблемы, перспективы: Материалы X-й международной научно-практической конференции. (Сочи 27-28. 04. 2017.). - Сочи: НИИ экономики ЮФО, 2017. С. 47-67.

УДК 004:338:340.1

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И КРИТЕРИЙ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ ОБЩЕСТВА
INFORMATION SECURITY AS A CONDITION ECONOMIC SECURITY AND THE CRITERION OF THE LEGAL CULTURE OF SOCIETY

Демидова Ирина Андреевна
Demidova Irina Andreevna

Могилевский институт Министерства внутренних дел Республики Беларусь, Беларусь, Могилев
Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Belarus, Belarus, Mogilev
(e-mail: demidova-irina00@mail.ru)

Аннотация: В статье рассматриваются отдельные аспекты национальной безопасности на примере экономической и информационной безопасности. Определяются концепции информации, позволяющие оценить роль информационного ресурса в развитии современного общества. Устанавливается значение нормативного правового регулирования для обеспечения устойчивости общества в информационной сфере.

Abstract: The article deals with some aspects of national security on the example of economic and information security. Concepts of information, allowing to estimate the value of information resource in the development of modern society, are defined. The value of normative legal regulation for ensuring the stability of society in the information sphere is established.

Ключевые слова: экономическая безопасность, национальная безопасность, информационная безопасность, информация, правовая культура.

Keywords: economic security, national security, information security, information, legal culture.

Экономическая безопасность, затрагивающая важнейшие стороны жизни государства и общества, является составной частью национальной безопасности наряду с военной и оборонно-промышленной, международной, экологической, информационной и безопасностью в иных гуманитарной сферах. В данной связи исследование отдельных видов безопасности, их соотнесение выступает важнейшей научно-практической задачей. В условиях информационного общества вопросы взаимосвязи и взаимовлияния информационной и экономической безопасности приобретают особую значимость, что определяет актуальность обращения к обозначенной проблематике как с позиций теоретического осмысления, изучения нормативной основы, так и в контексте практики отдельных государств. Предметом исследования выступает концепция информационной безопасности, рассматриваемая в теоретическом и нормативном плане с позиций экономического аспекта национальной безопасности и правовой культуры общества.

В экономической теории традиционным является представление экономической безопасности в качестве сложной системы, важнейшими составляющими которой выступают такие виды безопасности как производственная, финансовая, продовольственная, энергетическая, инфраструктурная, инновационная, внешнеэкономическая и др. При этом междисциплинарный подход к осмыслению вопросов экономической безопасности в условиях информатизации общества и его правовой организации расширяет проблематику экономической безопасности. Общепризнано, что на современном этапе развития человечества индустрия информатизации, телекоммуникации и связи, а также информационных услуг является одной из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики. В этой связи представляется необходимым: 1) установление угроз и

влияния информации на отдельные сферы общественных отношений, включая экономическую; 2) определение информационной составляющей правовой культуры современного общества; 3) характеристика нормативного регулирования вопросов информационной безопасности в современных политико-правовых и экономических реалиях отдельных государств.

Решение поставленных задач предполагает наличие объективного знания об информации. Философами, социологами, политологами, юристами исследуются различные аспекты информации, в том числе, посредством оценки влияния информации на общественные процессы. В философском аспекте имеет место атрибутивная и функциональная концепции информации. В рамках атрибутивной концепции понятие информации по степени общности определяется одноуровневым с понятиями материи и энергии, в совокупности отражающими фундаментальные проявления реальности окружающего мира. При таком подходе «информация, в самом общем ее понимании, представляет собой меру неоднородности распределения материи и энергии в пространстве и времени, меру изменений, которыми сопровождаются все протекающие в мире процессы» (определение академика В. М. Глушкова) [1, с. 26]. В этой связи определяющее значение приобретает синтаксический аспект информации. В свою очередь, в контексте функциональной концепции информация признается функцией (результатом) деятельности сознания человека, вследствие чего для обозначения данного феномена предлагаются к использованию другие термины – «сигнал», «код», «данные», «сообщения», «сведения», «алгоритмы», «программы» и т.п. В этом случае на первый план выходят семантический и прагматический аспекты информации, т.е. ее смысл и польза. При том что общие параметры информации, согласующие указанные мировоззренческие подходы, до настоящего времени не определены, очевидно, что их применение возможно к разным объектам исследований в соответствии с областью проявления феномена информации – объективной физической реальности либо сферы сознания, включая правовую.

Интегрирующая роль информации в структуре материальных и идеальных компонентов, образующих реальность, обусловливается тем, что информация, принадлежащая миру идеальной реальности, может быть связана с различными физическими объектами (или процессами), выступающими в роли ее носителей. Таким образом, информация представляет собой т.н. концептуальные мосты. Обосновано, что «физическая природа носителей информации принципиального значения не имеет. Важно лишь, чтобы они обладали способностью к восприятию информации путем адекватного изменения своей внутренней структуры (для физических объектов) или параметров (для динамических процессов). Для этого они должны обладать некоторым необходимым уровнем сложности (внутреннего разнообразия)» [1, с. 38]. Указанное качество информации имеет универсальный характер. Особая информационная среда в обществе определяется наличием, в том числе, правовой информации, которая фиксируется не только в материальных носителях, но и в сознании членов общества.

Определяющее значение информации отражается на национальном развитии, а также в современных международных отношениях, что обусловливает важность не только обеспечения, но и осмысления сущности информационной безопасности. В этой связи в рамках социологического и политического знания формируются теоретические положения социологии безопасности. Исследованию информационной безопасности современного общества посвящены диссертационные исследования таких авторов, как Н.К. Воронович «Интернет как угроза информационной безопасности России» (2012); Б.В. Вербенко «Информационная безопасность России в контексте современного политического процесса: сущность, проблемы обеспечения» (2004); Т.А. Мешкова «Безопасность в условиях глобальной информатизации: новые вызовы и новые возможности» (2003); С.В. Рабовский «Социально-экономическое развитие инфотелекоммуникаций в парадигме информационного общества» (2000); В.П. Шемякин «Информационная безопасность в современных российских условиях: социолого-управленческие аспекты» (2004) и др.

В свою очередь значимость социальной правовой информации, которая сохраняется и накапливается в обществе с помощью создаваемых людьми знаковых средств, обусловливает возможность рассмотрения правовой культуры общества с позиций информационно-семиотического подхода, что связано с определением ее как социально-значимой информации.

В сфере права в качестве знаков выступают разнообразные тексты правовых актов, в которых «зашифрована» социальная информация, т.е. вложенное в них людьми содержание, значение, смысл. Сторонниками информационно-семиотического рассмотрения правовой культуры являются Е. В.Клейменова, К. А. Моралева, И. Д. Невважай и др.

Развитие культуры при таком рассмотрении предстает и как выработка новых смыслов и значений, регулирующих деятельность, поведение и общение людей, и как формирование новых кодовых систем, закрепляющих и транслирующих эти смыслы и значения [2, с. 63–64].

Правовая культура в подобном ракурсе рассматривается как совокупность результатов правовой деятельности, выступающих в роли предметов-знаков, которые несут в себе правовую информацию. Обосновано, что смыслы, которые скрываются за предметами-знаками, могут быть трех видов: знания (информация о свойствах и отношениях объектов), ценности (то, что является или может явиться средством удовлетворения человеческих потребностей) и регулятивы (программы деятельности, ведущие человека к достижению определенной цели), которые образуют правовую информацию [3, с. 50–51]. Считается, что ценность той или иной информации для общества может быть как положительной, так и отрицательной.

Данное обстоятельство обусловлено тем, что информация выступает универсальным инструментом прогресса человечества, при этом является глобальным и наиболее дефицитным ресурсом развития современного общества. По мнению Е. В. Клейменовой и К. А. Моралевой правовая культура есть информация, которая сохраняется как в объективном носителе – знаковых системах, так и в субъективном, которым являются человек, общество, социальные группы [3, с. 51].

Указанное обстоятельство обусловливает связь информационно-семиотического рассмотрения правовой культуры с ее философским осмыслением в рамках аксиологического и деятельностного подходов, а также с социологическим анализом правовой культуры. В данной связи правовая информация выступает важнейшей характеристикой правового прогресса человечества в целом и показателем правового развития общества.

В силу того что информационная инфраструктура общества, его информационные ресурсы во многих случаях становятся ареной межгосударственной борьбы, обеспечение устойчивого функционирования информационной инфраструктуры на национальном уровне получает соответствующее нормативное закрепление.

К примеру, содержание национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере нашло закрепление в Основах государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности до 2020 года [4], Доктрине об информационной безопасности Российской Федерации [5] и др.

Так, на нормативном уровне установлены такие области информационного обеспечения безопасности, как оборона страны, государственная и общественная безопасность, экономическая сфера, наука, технологии и образование, стабильность и равноправное стратегическое партнерство. Совершенствование правовых механизмов регулирования общественных отношений, возникающих в информационной сфере, определяется в качестве приоритетного направления государственной политики в области обеспечения информационной безопасности Российской Федерации.

В этой связи предусматривается оценка эффективности применения действующих законодательных и иных нормативных правовых актов в информационной сфере; выработка программ их совершенствования; создание организационно-правовых механизмов

обеспечения информационной безопасности; установление правового статуса всех субъектов информационных отношений и др., что в совокупности призвано соблюдению принципов законности, обеспечению баланса интересов граждан, общества и государства в информационной сфере.

В Беларуси также принята Концепция информационной безопасности Республики Беларусь, признающая мировое значение информационной сферы и важность обеспечения информационной безопасности посредством обеспечения системы мер правового, организационно-технического и организационно-экономического характера с целью защиты национальных интересов в информационной сфере [6]. В числе общих угроз национальной безопасности определяется возможность деструктивного информационного воздействия на политические и социально-экономические процессы.

Таким образом, можно говорить о том, что информационная безопасность как фактор общественной жизни, устанавливающий перспективы успешного осуществления социально-политических и экономических преобразований, выступает условием национальной безопасности государства и важнейшей характеристикой правовой культуры современного информационного общества. Формирование мирового информационного пространства, с одной стороны, информатизация практически всех сторон общественной жизни, включая государственное управление, с другой, обусловливают зависимость эффективности функционирования общества и государства от характеристик и состояния информационной сферы общественной жизни. Различные виды информации в значительной степени обусловливают индивидуальное, групповое и массовое сознание людей, в том числе в международном правовом пространстве. Данные обстоятельства предопределяют унификацию содержания национальных интересов государств в области информационных отношений и их единообразное нормативное закрепление.

Список литературы

1. Колин К.К. Философия информации: структура реальности и феномен информации: доклад на 10-м заседании семинара «Методологические проблемы наук об информации». Москва, ИНИОН РАН, 7 февраля 2013 г. URL: http://inion.ru/files/File/MPNI_10_Kolin_text.pdf. (дата обращения: 20.05.2019).
2. Степин В.С. Культура // Вопросы философии. 1999. № 8. С. 61–71.
3. Клейменова Е.В., Моралева К.А. Правовая культура и ее стандарты в конституциях Российской Федерации // Правоведение. 2003. № 1. С. 50–56.
4. Основы государственной политики Российской Федерации в области международной информационной безопасности до 2020 года : утв. Президентом РФ 24 июля 2013 г., № Пр-1753. URL: http://www.scrf.gov.ru/security/information/document114/. (дата обращения: 12.06.2019).
5. Доктрина об информационной безопасности Российской Федерации : утв. Указом Президента РФ 05 дек. 2016 г., № 646. URL: http://www.scrf.gov.ru/security/information/document5/ (дата обращения: 12.06.2019).
6. Концепция информационной безопасности Республики Беларусь : утв. Советом Безопасности Респ. Беларусь 18 марта 2019 г., № 1. URL: http://president.gov.by/uploads/documents/2019/1post.pdf (дата обращения: 16.06.2019).

УДК 338.2

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СКФО РОССИИ
PROBLEMS OF ENSURING ECONOMIC SECURITY IN NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT OF RUSSIA

Килясханов Хизри Шапиевич
Kilyaskhanov Hizri Shapiyevich

Академия управления МВД России, Россия, Москва
MIA Academy of Management, Russia, Moscow
(e-mail: Milena555@mail.ru)

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы и особенности экономической безопасности в СКФО в современных условиях с учетом новых понятий и новых подходов. Обосновывается положением о том, что особенностью экономической безопасности в СКФО в современных условиях будет являться механизм экономико-правового обеспечения экономической безопасности, составляющий фундамент и материальную основу национальной безопасности.

Abstract: In article problems and features of economic security in North Caucasus federal district in modern conditions taking into account new concepts and new approaches are considered. Is proved by the provision that feature of economic security in North Caucasus federal district in modern conditions will be the mechanism of economical legal support of economic security making the base and a material basis of national security.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы экономической и национальной безопасности, экономические отношения, угрозы криминального характера, критерии экономической безопасности.

Keywords: economic security, threats of economic and national security, economic relations, threats of criminal character, criteria of economic security.

Экономическая безопасность в СКФО России — это одна из важнейших характеристик региона, которая свидетельствует о способности адаптивно реагировать на экономические и социальные изменения в стране и в мире, проводить значимые экономические преобразования. Однако наличие только способности к проведению преобразований без стратегического ориентира на достижение экономического эффекта не соответствует национально-государственным интересам страны [1]. В настоящее время эти ориентиры государством определены, но существует ряд угроз, которые могут существенно снизить эффект экономической деятельности любого региона, включая и СКФО России. К этим угрозам, наряду с другими относятся и угрозы криминального характера.

Угрозы криминального характера в сфере хозяйственной деятельности в новых экономических условиях характеризуются увеличением количества совершаемых преступлений в сфере экономики [2].

Важным этапом исследования проблем экономической преступности явилась работа криминолога Э. Сазерленда, впервые предпринявшего социальное исследование преступности корпораций. Созданная им концепция оказала мощное идейное влияние на последующий выбор способов понимания этой актуальной проблемы. В его концепции внимание было акцентировано на то новое обстоятельство, что субъектами наиболее опасных экономических преступлений являются лица, занимающие высокое социальное положение в сфере бизнеса и совершающие преступления в процессе профессиональной деятельности в интересах юридических лиц и в собственных интересах. Введенный им в

научный оборот термин «беловоротничковая преступность» достаточно точно отражает эту особенность его компетенции [3].

В настоящее время, в процессе анализа точек зрений отечественных и зарубежных специалистов, исследовавших феномен экономической преступности, можно выделить следующие проблемы экономической преступности в контексте обеспечения экономической безопасности.

Во-первых, к числу экономических можно отнести все преступления, которые затрагивают любые виды экономических отношений, складывающихся как в сфере хозяйствования (экономики), так и вне ее пределов. Большинство регистрируемых преступлений (грабеж, кража, вымогательство) имеют корыстную мотивацию, затрагивают те или иные публичные или частные экономические интересы и, следовательно, посягают на принятые в обществе экономические отношения. Условно такого рода преступления, совершенные вне границ хозяйственной сферы, но посягающие на общественные отношения экономического (в первую очередь имущественного) характера, можно назвать квазиэкономическими.

Во-вторых, можно считать экономическими преступления, совершаемые только в сфере экономики, относятся к категории экономических как преступные деяния, совершаемые в процессе непосредственного осуществления экономической деятельности, так и не связанные с ней, но совершаемые в границах хозяйственной системы. При таком подходе к категории экономических относятся такие преступления, как хищения на производстве, допускаемые наемными работниками, а субъектами экономических преступлений следует считать и наемных работников, включая «белых воротничков» и собственников средств производства, бизнесменов, предпринимателей с одной стороны, и чиновников от экономики, принимающих решения в сфере хозяйствования, - с другой.

В-третьих, к категории экономических можно относить такие преступления, которые совершаются в ключевых сегментах экономики (система хозяйствования), связанном с извлечением прибыли, то есть в сфере экономической деятельности – предпринимательства, бизнеса. При таком подходе в расчет целесообразно брать только преступные деяния субъектов предпринимательства, совершаемые в процессе непосредственного осуществления ими экономической деятельности.

При любом подходе к определению проблем в сфере экономической безопасности, в частности, экономической преступности, суть ее сводится к тому, что это противоправная деятельность, совокупность корыстных преступлений, посягающих на интересы экономики государства в целом, а также на частнопредпринимательскую деятельность и интересы отдельных групп граждан, систематически осуществляемая с целью извлечения личной выгоды, в интересах третьего лица или организации, в рамках и под прикрытием законной экономической деятельности, как физическими, так и юридическими лицами.

По данным экспертных оценок ученных и практических работников ОВД МВД России, в среднем в стране выявляются и регистрируются не более 3-5 % экономических преступлений. Уровень латентности по отдельным видам преступных деяний в сфере экономики колеблется от 30 до 95 % и более. В стране реально совершаются 4-6 млн. экономических преступлений. Это в 10 – 15 раз больше регистрируемых преступлений [4].

Однако, несмотря на явное усиление криминальной экспансии в настоящее время действенных мер по обузданию экономической преступности не принимаются, а уголовная политика государства направлена на либерализацию уголовного законодательства в сфере экономической деятельности. Во всех директивных документах отмечается необходимость защиты интересов предпринимателей. Преступления экономической направленности в СКФО характеризуются ростом налоговой и экономической преступности во всех базовых отраслях экономики, ее массовым характером и высокой степенью латентности, постоянным усложнением применяемых способов совершения и сокрытия преступлений [5].

Подобное, как представляется, происходит из-за того, что существуют объективные причины, основными из которых являются: принятие и введение в действие нового, и далеко

не совершенного законодательства о собственности, предприятиях, предпринимательстве и налогах, а также их постоянная корректировка, не всегда нацеленная на противодействие преступности. В некоторых изменениях законодательства, направленных на ужесточение ответственности за совершение преступлений экономической направленности, наоборот эта ответственность уменьшается. Например, было заявлено, что будут внесены изменения в уголовное законодательство, направленные на ужесточение ответственности за мошенничество, а на деле получилось, что уменьшили ответственность предпринимателей за совершение мошенничества.

На современное состояние борьбы с преступлениями экономической направленности, кроме указанных обстоятельств оказывают влияние изменение условий хозяйствования, и появление новых форм собственности; изменение уголовного и уголовно-процессуального законодательства; структурная перестройка органов внутренних дел и непосредственно реструктурирование служб по борьбе с экономическими преступлениями; растерянность практических работников правоохранительных органов и суда, обусловленную недостаточностью специальных познаний, требующихся для обнаружения, фиксации специфических следов преступлений, а также многими другими.

В субъектах РФ по СКФО совершаются преступления экономической направленности в различных сферах и отраслях экономики. Особую тревогу вызывают преступления направленные на хищения бюджетных средств, выделяемых федеральным центром на обеспечение условий для социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа.

Острой проблемой топливно-энергетического комплекса Северо-Кавказского федерального округа остается состояние задолженности за поставки энергоресурсов, что свидетельствует о злоупотреблениях и хищениях в данной сфере.

Обозначая проблемы задолженностей за поставленные энергоресурсы и потерь энергоресурсов, одновременно результаты оперативно-розыскных и проверочных мероприятий, а также поступающая информация дают основания полагать, что основными причинами образования многомиллиардной задолженности связаны с использованием в самих энергосбытовых компаниях «непрозрачных» схем по учету, поставке и оплате энергоресурсов. В этой сфере задействованы аффилированные юридические лица и фирмы-однодневки, а также отсутствует целенаправленная претензионно-исковая работа с дебиторами. Связано это с тем обстоятельством, что сбор денежных средств с потребителей за поставленную электроэнергию осуществлялся не напрямую энергосбытовыми организациями субъектов РФ по СКФО, а через необоснованно привлеченного для этих целей агента - ООО «Юрэнергоконсалт», через него же проводились расчеты с энергетическими компаниями [5].

Анализ материалов уголовных дел, поступающей оперативной и иной информации, свидетельствует о высокой коррупционной активности в субъектах СКФО в сфере операций с землей, находящейся в государственной и муниципальной собственности.

Характерными коррупционными способами совершения коррупционных преступлений являются: получение взятки за осуществление действий, связанных с согласованием проекта по переводу жилого помещения в нежилое; получение взятки за выделение земельного участка; выделение земельных участков без проведения торгов; незаконное отчуждение земельных участков и оформление подложных документов о праве собственности; незаконное отчуждение в частную собственность земель водного фонда; незаконное выделение земельных участков.

В сфере образования и здравоохранения коррупционные проявления связаны, как правило, с вымогательством взяток за решение вопросов, связанных с обучающими и экзаменационными процессами, устройством ребенка в дошкольное учреждение, фальсификацией медицинских документов.

Изучение структуры выявленных правоохранительными органами преступлений показывает, что наибольшую опасность представляет интеграция коррупции во властных

структурах и организованной преступности, что позволяет коррупционерам успешно разрабатывать и реализовывать сложные способы хищения денежных средств и обеспечивать их латентность.

Исходя из изложенных обстоятельств можно сделать вывод, что в субъектах СКФО России экономические отношения глубоко поражены различными видами преступлений экономической и коррупционной направленности.

Коррумпированные чиновники и предприниматели в указанных субъектах совершают различные преступления, и не останавливаются даже перед совершением преступлений в социальной сфере, где значительные средства направляются государством на поддержание малообеспеченных граждан, пенсионеров, людей оказавшихся в трудной жизненной ситуациях.

Однако, несмотря на указанные обстоятельства, меры государственными, правоохранительными органами, надзорными и судебными инстанциями принимаются не вполне соответствующие разгулу преступности.

Также законодательный орган зачастую принимает нормы, противоречащие законам развития экономики, что привело к тому, что кредитно-финансовая сфера в значительной степени оказалась в руках криминальных структур, которые не только ставят барьер на пути экономического развития общества, но и лишают население экономических условий существования.

Все это привело к резкому усилению дифференциации населения по уровню дохода и жизни, сверхбыстрому по своим темпам и величине обогащения немногочисленного слоя лиц (в основном за счет криминальных способов первоначального накопления капитала), к обнищанию основной массы населения.

Список литературы

1. Гапоненко В.Ф. Современные финансовые стратегии и тактики хозяйствующего субъекта в рыночных условиях // Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней: Материалы III-й Международной научно-практической конференции (Сочи 1-5 апреля 2015 г.). - М.: Финансовый университет при Правительстве РФ, НИИ экономики ЮФО 2015. С. 145.

2. Гапоненко В.Ф., Килясханов Х.Ш. Особенности угроз экономической безопасности Северо-Кавказских республик // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2014. № 5. С. 156-159.

3. Гапоненко В.Ф., Палишкина О.В. Экономическая безопасность в налоговой сфере: монография. – М.: Академия управления МВД России, 2017. С. 59.

4. Самарин А.П., Сочнев Д.В. Противодействие финансированию терроризма. Значение зарубежного опыта для российского законодательства: монография. – Н. Новгород, 2018. С. 76 – 80.

5. Гапоненко В.Ф., Килясханов Х.Ш. Проблемы взаимодействия правоохранительных и налоговых органов по обеспечению экономической безопасности региона в налоговой сфере // Микроэкономика. 2015. № 4. С. 69-75.

УДК 343

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ СУБЪЕКТАМИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЛИЦАМИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМИ РАССЛЕДОВАНИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

INFORMATION INTERACTION BETWEEN ECONOMIC SECURITY SUBJECTS AND PERSONS CONDUCTING AN INVESTIGATION OF CRIMES IN THE SPHERE OF ECONOMIC ACTIVITY

Першин Александр Николаевич
Pershin Alexander Nikolaevich

Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА), Россия, Москва
Kutafin Moscow State Law University (MSAL), Russia, Moscow
(e-mail: an.pershin75@yandex.ru)

Аннотация: в статье рассматривается значение деятельности субъектов экономической безопасности на предприятиях (организациях). Основной целью их функционирования является обеспечение экономической безопасности предприятия от внешних и внутренних вызовов и угроз. Результаты деятельности субъектов экономической безопасности могут стать предметом изучения правоохранительных органов при их взаимодействии. Автором обозначены стадии взаимодействия субъектов экономической безопасности и органов предварительного расследования, дана краткая их характеристика. Кроме того, отмечается роль взаимодействия в предупреждении дальнейшего совершения преступлений в сфере экономической деятельности.

Abstract: the article discusses the importance of the activities of subjects of economic security in enterprises (organizations). The main purpose of their operation is to ensure the economic security of the enterprise from external and internal challenges and threats. The results of the activities of subjects of economic security can be the subject of a study of law enforcement agencies in their interaction. The author indicates the stages of interaction between the subjects of economic security and preliminary investigation bodies, and a brief description of them. In addition, the role of interaction in the prevention of further crimes in the sphere of economic activity is noted.

Ключевые слова: расследование экономических преступлений, взаимодействие, субъект экономической безопасности, следователь, возбуждение уголовного дела.

Keywords: Economic Investigation, Interaction, Subject of Economic Security, Investigator, Criminal Proceedings

Вопросы взаимодействия между субъектами экономической безопасности и представителями органов предварительного расследования являются предметом редких научных исследований. Однако следует отметить, что с развитием рыночной экономики в стране и созданием крупных и средних производственных предприятий (организаций), проблема обеспечения безопасности бизнеса достаточно актуальная для администрации компании [например: 1-5 и др.]. Чрезвычайные ситуации на предприятиях и организациях, связанные с нарушением трудовой дисциплины, хищениями, мошенничествами, рейдерскими захватами и прочее стали типичными явлениями, сопровождающими крупный и малый бизнес. Поэтому полагаться только на государственные правоохранительные органы в условиях коммерческого сектора экономики страны стало утопией.

Государство выстраивает современный бизнес не только на планах по привлечению высоко квалифицированных кадров в сектор экономики, развитию производственных мощностей и получению максимальной прибыли предприятиями и организациями, но и на

реализации государственной политики в сфере обеспечения экономической безопасности путем повышения устойчивости экономики к воздействию внешних и внутренних вызовов и угроз. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 к основным вызовам и угрозам экономической безопасности относит высокий уровень криминализации и коррупции в экономической сфере. Поэтому субъекты экономической деятельности создают собственную систему безопасности и контроллинга, либо обращаются за услугами к внешним организациям для выявления, расследования и предупреждения угроз и вызовов бизнесу.

Внутри компании для обеспечения её безопасности могут создаваться службы безопасности, оперативные подразделения, подразделения технической поддержки, аналитические отделы, службы внутреннего аудита и т.п. На субъектов обеспечения экономической безопасности, по мнению А.Г. Сачека, возлагаются задачи по реализации основных функций системы обеспечения экономической безопасности: разработка и своевременная корректировка индикаторов (показателей) состояния экономической безопасности, критериев эффективности деятельности субъектов ее обеспечения; организацию и проведение мониторинга, анализа и оценки состояния экономической безопасности; прогнозирование, своевременное выявление возрастания уровня опасности, оценка внутренних и внешних рисков, вызовов и угроз экономической безопасности; разработка и практическая реализация комплекса оперативных и долговременных мер по предупреждению и нейтрализации рисков, вызовов и угроз экономической безопасности; управление имеющимися силами и средствами, поддержание их в постоянной готовности на основе организационного, кадрового, финансового, материального, технического, информационного и иного ресурсного обеспечения [6, С. 145].

Правовой основой деятельности субъектов экономической безопасности при выявлении и расследовании хищений, злоупотреблений, мошенничеств и иных подобных противоправных действий является федеральное законодательство (например: Трудовой кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 27 июля 2004 года № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации», Федеральный закон от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» и пр.), правила внутреннего трудового распорядка, а также внутренние нормативные акты.

Обстоятельства, подлежащие установлению субъектом экономической безопасности в ходе расследования (проверки) следующие:

— факт совершения работником (гражданским служащим) дисциплинарного проступка или правонарушения;

— вина работника (гражданского служащего);

— причины и условия, способствовавшие совершению работником (гражданским служащим) дисциплинарного проступка или правонарушения;

— характер и размер вреда, причиненного работником (гражданским служащим) в результате дисциплинарного проступка или правонарушения;

— смягчающие или отягчающие вину работника (гражданского служащего) обстоятельства;

— обстоятельства, послужившие основанием для письменного заявления работника (гражданского служащего) о проведении служебной проверки.

Средствами и методами расследования (проверки) могут быть: осмотр места происшествия; опрос граждан; опрос граждан на полиграфе; аудиторская проверка; ревизия; инвентаризация; обыск; личный досмотр; истребование документов; направление запросов в государственные и иные органы и др.

При обнаружении признаков состава преступления в ходе расследования (проверки) руководителю предприятия (организации) требуется рассмотреть вопрос о передаче материалов в правоохранительные органы. Обращение руководителя предприятия (организации) или комиссии по проведению расследования (проверки) в правоохранительный

орган должно расцениваться в качестве повода для возбуждения уголовного дела (п «3» ч. 1 ст. 140). Наличие признаков преступления в представленных предприятием (организацией) материалах внутреннего расследования (проверки) может стать началом информационного взаимодействия субъекта экономической безопасности с правоохранительными органами.

Под взаимодействием в расследовании преступлений традиционно принято понимать согласованную деятельность следователя, оперативного органа и экспертно-криминалистического подразделения, обеспечивающая рациональное сочетание при расследовании преступлений процессуальных действий и оперативно-розыскных мероприятий, осуществляемых каждым из них в соответствии со своими функциями и в пределах представленных им по закону полномочий с использованием специальных знаний и технико-криминалистических средств. Однако при рассмотрении вопросов выявления и расследования преступлений в сфере экономической деятельности, предложенный подход к понятию взаимодействия является узким. Поскольку взаимодействующими субъектами будут не только представители следственных, оперативных и экспертных подразделений правоохранительного органа, но и сотрудники структур экономической безопасности предприятия (организации). Ранее мы высказывали позицию о том, что понятие «взаимодействие» в зависимости от специфики расследуемого уголовного дела (например, мошенничество, связанное с оборотом жилья, предполагает сотрудничество следователя с Росреестром, БТИ, Нотариальной палатой и др.), может рассматриваться в более широком смысле, включая в себя взаимодействие следователя не только с органом дознания и другими участниками уголовного судопроизводства, но и со сведущими лицами, общественностью, государственными, муниципальными учреждениями и службами, должностными лицами и различными организациями. Причем в обязательном порядке такое взаимодействие должно быть направлено на раскрытие, расследование и предупреждение преступлений [7, С. 73].

Взаимодействие субъектов экономической безопасности со следственными и оперативными подразделениями при выявлении факта преступной деятельности на предприятии (организации) может протекать в двух стадиях: первая, на стадии возбуждения уголовного дела в рамках проверки сообщения о готовящемся или совершенном преступлении; вторая, в стадии предварительного расследования преступления.

В стадии возбуждения уголовного дела субъект экономической безопасности может представлять собранные в ходе внутреннего расследования (проверки) документы для оценки следователем и принятия процессуального решения. К таким документам могут относиться:

— документы, являющиеся основанием для проведения расследования (например: служебная записка об обнаружении факта нарушения или происшествия);

— акты осмотра места происшествия, предметов, документов;

— докладные, служебные и объяснительные записки должностных лиц и очевидцев происшедшего;

— заключение специалиста полиграфолога;

— акт инвентаризации;

— заключение аудитора; заключения независимых экспертов, а также показания специальных технических средств;

— журнал внутрикорпоративных проверок и расследований и т.д.

В стадии предварительного расследования взаимодействие субъектов экономической безопасности с сотрудниками правоохранительных органов может осуществляться в рамках проведения следственных действий (следственных осмотров, допросов свидетелей, обысков, выемок). Сотрудники субъекта экономической безопасности могут стать участниками следственного действия, быть допрошены в качестве свидетелей или специалистов и прочее.

Помимо структур безопасности коммерческих предприятий (организаций) специфическим государственным субъектом экономической безопасности следует признать Центральный банк Российской Федерации. К примеру, в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации закреплено понятие «обеспечение экономической безопасности» под которым понимается реализация органами государственной власти, органами местного самоуправления и Центрального банка Российской Федерации во взаимодействии с институтами гражданского общества комплекса политических, организационных, социально-экономических, информационных, правовых и иных мер, направленных на противодействие вызовам и угрозам

экономической безопасности и защиту национальных интересов Российской Федерации в экономической сфере [8].

В соответствии со ст. 75.1 и 76.8 Федерального закона от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» в случае обоснованного предположения о наличии в действиях должностных лиц кредитной организации или некредитной финансовой организации признаков фальсификации финансовых документов учета и отчетности финансовой организации, Банк России обязан в течение 10 рабочих дней со дня выявления указанных обстоятельств направить заявления и материалы в следственные органы, уполномоченные производить предварительное следствие по уголовным делам о преступлениях, предусмотренных статьей 172.1 Уголовного кодекса Российской Федерации, для решения вопроса о возбуждении уголовного дела.

Информационное взаимодействие субъектов экономической безопасности и лиц, осуществляющих расследование преступлений в сфере экономической деятельности должно осуществляться не только при возбуждении уголовного дела и в ходе его предварительного расследования, но и в рамках превентивной деятельности. В частности, выявленные причины и условия совершения преступлений в сфере экономики следует использовать в целях профилактики таких преступлений. Как утверждают Л.А. Дмитриева и В.А. Перов профилактика преступления достаточно актуальна в борьбе с коррупционной составляющей преступлений в государственном секторе экономики. Исследователями оправдано предлагается обязать должностных лиц предприятий (организаций) при получении ими представления о принятии мер по устранению обстоятельств, способствующих совершению преступления, как связанных, так и не связанных с нарушением закона, рассматривать их и уведомлять дознавателя, руководителя следственного органа или следователя о принятых мерах не позднее одного месяца со дня его вынесения [9].

Таким образом борьба правоохранительных органов с преступлениями в сфере экономической деятельности может быть более эффективна при тесном информационном взаимодействии с субъектом экономической безопасности предприятия (организации), где произошло преступное событие, и обоюдной заинтересованности в установлении истины по делу и привлечении виновных к ответственности.

Список литературы

1. Карминский А.М., Оленев Н.И., Примак А.Г., Фалько С.Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. М. : Финансы и статистика, 2002. 251 с.
2. Клеандров М.И. Институт юридической службы в предпринимательстве: монография. М. : Норма, ИНФРА-М, 2013. 176 с.
3. Иванов О.Б. Роль комитета по аудиту в системе корпоративного управления компании (на примере ОАО «Российские железные дороги») / О.Б. Иванов, С.В. Степашин // Аудиторские ведомости. 2015. № 8. С. 3-15.
4. Блудова Н.А. Исторические предпосылки возникновения контроллинга, его виды и принципы построения / Н.А. Блудова // Аудиторские ведомости. 2016. № 5. С. 38-46.
5. Киркач Ю.Н. Формирование системы внутрикорпоративного контроля в организации / Ю.Н. Киркач // Аудиторские ведомости. 2017. № 1-2. С. 161-166.
6. Сачек А.Г. Субъекты обеспечения экономической безопасности / А.Г. Сачек // Вестник Московского университета МВД. 2014. № 11. С. 143-145.
7. Белов И.Т. Криминалистическое обеспечение расследования мошенничества, связанного с отчуждением жилых помещений: монография / И.Т. Белов, А.Н. Першин. М. : Проспект, 2018. 176 с.
8. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
9. Дмитриева Л.А. Правовые и социально-психологические факторы профилактики экономической преступности / Л.А. Дмитриева, П.А. Перов // Российский следователь. 2017. № 23. С. 45-47. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ САНКЦИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА НАЦИОНАЛЬНОЕ ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО РОССИИ
INFLUENCE OF SEPARATE SANCTIONS ACTIONS ON NATIONAL INDUSTRIAL PRODUCTION OF RUSSIA

Сараджева Ольга Владимировна
Saradzheva Olga Vladimirovna

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: braolya@yandex.ru)

Аннотация: В настоящее время имеются все основания говорить о начале нового этапа в развитии вопроса экономической безопасности страны. Этот современный период своей отправной точкой имеет начало санкционного процесса, инициированного американскими и западноевропейскими государствами в отношении РФ. В современных условиях низкий уровень удовлетворенности потребности в безопасности оказывает негативное воздействие на социально-экономические развитие общества.

Abstract: Now there are all bases to speak about the beginning of a new stage in development of a question of economic security of the country. This modern period the starting point has the beginning of the sanctions process initiated by the American and West European states concerning the Russian Federation. In modern conditions the low level of satisfaction of need for safety makes negative impact on social and economic development of society.

Ключевые слова: экономическая безопасность, промышленное производство, угрозы, санкции.

Keywords: economic security, industrial production, threats, sanctions.

Современный этап развития мировой экономики характеризуется двумя факторами: во-первых, высоким уровнем конкуренции стран на международных рынках, как это показал в своих работах М.Э. Портер [9], и, во-вторых, повышением влияние политических решений на сугубо экономическую деятельность стран, а также национальных и мультинациональных компаний [11;12;13]. Открыто декларируемые и завуалированные заявления, а также предпринимаемые действия, со стороны правительств различных государств и общественно-политических международных организаций (например, таких, как Совет Европы, Организация Североатлантического договора) формируют определенную напряженность в политическом поле и рассматриваются как один из видов внешней угрозы экономической безопасности страны. Трансформация политических угроз в экономические в настоящее время обычно осуществляется путем введения экономических санкций, под которыми понимаются действия и мероприятия запретительного характера, осуществляемые одной страной или солидарно несколькими странами с манипуляторными целями, то есть с целью добиться осуществления в стране, против которой эти санкции направлены, политических изменений [3]. Как правило, санкции представляют собой действия в экономическом поле, то есть препятствуют реализации и защите национальных экономических интересов. Наиболее распространенным вариантом санкций является запрет на ввоз в страну оборудования (как правило, высокотехнологического) и запрет на импорт из страны тех товаров, отказ от экспорта которых наибольшим образом может нанести урон экономике страны, подвергшейся санкциям, вследствие нарушения баланса спроса и предложения в определенных сегментах рынка, за которым следует дисбаланс во всей экономической системе страны. Санкции являются методом экономического давления на страну и рассматриваются как один из видов внешних угроз. Преобладают мероприятия,

препятствующие поставкам в Россию высокотехнологичного оборудования для добычи нефти в Арктике, на глубоководном шельфе и сланцевой нефти, а также мероприятия, направленные на ограничение рынков сбыта для предприятий, расположенных на территории Республики Крым. Обращает на себя внимание тот факт, что предприятия обрабатывающей промышленности (за небольшим исключением находящихся на территории Крыма) не попали под санкции. С точки зрения экономической безопасности сложным остается вопрос с запретом на ввоз технологического оборудования для нефтедобычи. С одной стороны, этот запрет снижает технико-технологическое оснащение добывающей промышленности и препятствует эффективному освоению минерально-сырьевых ресурсов, в том числе в труднодоступных районах (например, в Арктике). С другой стороны, такой запрет можно рассматривать как добровольный уход с российского рынка зарубежных поставщиков оборудования, то есть освобождение конкурентного пространства для отечественных производителей. Насколько способны отечественные производители в настоящее время заместить зарубежную продукцию в сегменте высокотехнологического оборудования для разведки и добычи нефти – это дискуссионный вопрос, обсуждение которого более уместно в среде инженерно-технического сообщества, поскольку ключевым критерием здесь являются сугубо инженерные решения, однако тот факт, что отечественная промышленность способна успешно осваивать космическое пространство (даже при наличии хорошо известных инцидентов, связанных с ошибками в техническом исполнении аппаратов), имеются основания полагать, что отечественная обрабатывающая промышленность имеет потенциал, способный самостоятельно производить высокотехнологическое оборудование, в том числе и для нефтедобычи. В ответ на санкции со стороны США, Евросоюза и других стран Россия предприняла действия, которые можно сгруппировать по трем основным направлениям: ответные санкции, предусматривающие ограничение или прямой запрет ввоза на территорию РФ отдельных категорий товаров; диверсификация экспортных потоков продукции, попадающих под санкции США и Евросоюза; диверсификация импортных потоков продукции, на которые распространены российские санкции.

Способ реагирования национальной экономики на санкционные действия является результатом организованных действий государства по обеспечению национальной экономической безопасности, в основе которой лежит создание развитой обрабатывающей промышленности. На базе этого достигнутого уровня развития обрабатывающей промышленности возможно осуществление действий по обеспечению национальной экономической безопасности в новой ситуации – в условиях санкций, когда, опираясь на достигнутый уровень развития обрабатывающей промышленности, возможно ее гибкое, отвечающее конкретным условиям и запросам рынка, дальнейшее развитие обрабатывающей промышленности. Собственно говоря, возможность такого маневрирования и быстрого приспособления производств, отраслей и всего комплекса обрабатывающей промышленности и лежит в основе национальной экономической ситуации в условиях международных санкций вне зависимости от того, насколько они обоснованы.

В определенном смысле слова, в случае развитой обрабатывающей промышленности международные санкции в отношении государства содержат превращаются в свою противоположность, поскольку, по сути, являются источником оправданного протекционизма в политике государства, находящегося под санкциями: запрет импорта тем или иным способом правительством какого-либо государства с целью обеспечения благоприятных условий для собственных производителей рассматривается международным экономическим сообществом как препятствие свободному рынку, в то время как в условиях санкций правительству государства нет необходимости предпринимать столь непопулярные в глаза мировой общественности действия, поскольку ограничение поставок в страну извне осуществлено самим мировым сообществом. В этой ситуации, которая по своей сути, фактически, является навязанным извне протекционизмом, национальные производители получают дополнительную возможность для своего развития и расширения присутствия на

внутреннем рынке. Следует также признать, что «пострадавшей» стороной в рассматриваемой ситуации оказываются сами страны-экспортеры, ограничившие собственный экспорт и тем самым ограничившие рынки сбыта для собственной продукции.

Современная ситуация с санкциями в отношении России позволяет подтвердить еще одну сторону санкций, которая ранее оставалась вне рассмотрения в аспекте экономической безопасности, поскольку в таком явном виде не проявлялась. Речь идет о том, что, накладывая ограничения на торговый обмен с Россией, страны-санкционеры не предусмотрели наличие или заблаговременное формирование рынков сбыта для собственной продукции. В результате возникли внутренние угрозы экономике стран-санкционеров, то есть возникла угроза экономической безопасности самих стран-санкционеров. В современных условиях международного разделения труда настолько прямолинейные действия, как санкции, связанные с ограничением поставок промышленной продукции в ту или иную страну, несут зачастую большую угрозу странам-санкционерам, нежели санкционируемым странам, поскольку «санкционные меры создают издержки не только для страны-объекта, но и для государств, стремящихся использовать этот инструмент в своих интересах» [4].

Таким образом, если государство имеет, во-первых, собственные сырьевые ресурсы, причем разнообразные по своему составу и в достаточном количестве, во-вторых, развитую обрабатывающую промышленность, в-третьих, способность промышленности к маневрированию и мобилизации ресурсов, в-четвертых, развитый внутренний рынок сбыта, характеризующийся платежеспособным спросом, то можно говорить о высоком уровне экономической безопасности страны, выражающейся в способности экономики страны противостоять санкционным действиям со стороны международного сообщества. Вышерассмотренные факторы и условия, обеспечивающие защиту национальной промышленности и внутреннего рынка страны от внешних угроз в виде экономических санкций, имеют в своей основе хорошо сбалансированный, высокотехнологический сектор материального производства с хорошо структурируемым, динамичным спросом на продукцию высокого уровня передела с высокой добавленной стоимостью, что обусловлено опережающим развитием обрабатывающей промышленности.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778 «О мерах по реализации указов Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560 и от 24 июня 2015 г. № 320» // Собрание законодательства Российской Федерации от 11 августа 2014 г. № 32 ст. 4543.
2. Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации от 11 августа 2014 г. № 32 ст. 4470.
3. Бизнес. Толковый словарь. — М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". Грэхэм Бетс, Барри Брайндли, С. Уильямс и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И. М. 1998.
4. Булаев С.А. Газопровод «Южный поток»: задачи, инновации, перспективы // Вестник Казанского технологического университета. 2013. Т.16. №5. С. 236-238
5. Городецкий А.Е. Национальный суверенитет и экономическая безопасность в условиях применения экономических санкций // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы. Материалы II Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 27-28 мая 2014. С.21-29.
6. Губин Б.В. Влияние антироссийских санкций на экономическую безопасность страны и меры по их нейтрализации // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы. Материалы II Международной научно-практической конференции. Нижний Новгород, 27-28 мая 2014. С. 150-153.
7. Гусева Л. Р. Мулипликация в масштабах страны // Пластикс. 2013. № 5

8. Из заявления Министра финансов США Дж.Лью 1 июля 2014 г. URL: http:// www.interfax.ru
9. Портер М.Э. Конкуренция.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608с.
10. Рябков С. Санкции против Ирана: ресурс исчерпан // Индекс безопасности. 2012. Том 18. № 1(100). С. 17-24
11. Седляр Ю.А. Стратегия экономических санкций в международно-политической науке // Вопросы политологии. 2013 № 4 (12). С.67-78.
12. Тихобаев В. М. Политическая конкуренция и экономическая политика // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2012. №1-1. С.213-217.
13. Хабиров М.И. Взаимосвязь политики и экономики на примере процессов демократизации и экономического роста: проблемно-теоретический аспект // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2007. №3. С.112-128.
14. Эффективны ли экономические санкции? URL: http://www.vestifinance.ru/articles/52404 (дата обращения: 20.08.2018.)
Южный поток [Электронный ресурс]. URL: http://www.vestifinance.ru/articles/52404 (date of the address: 18.09.2018.)
15. Gary Clyde Hufbauer, Jeffrey J. Schott, Kimberly Ann Elliott, and Barbara Oegg. Economic Sanctions Reconsidered, 3rd edition. November 2007. 233 c.

УДК 34.343.9

РЕГУЛИРУЕМЫЙ ПЕРЕХОД К РЫНКУ – ОСНОВА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ
REGULATED TRANSFER TO THE MARKET – THE BASIS OF NATIONAL SECURITY OF RUSSIA

Фадеев Виктор Николаевич
Fadeev Viktor Nikolaevich

Московский Университет МВД РФ им. В.Я. Кикотя, Россия, Москва
Moscow University MIA RF in the name of V.Y. Kikotya, Russia, Moscow
(e-mail: support_mosu@mvd.ru)

Аннотация: В статье говорится, что в мировой практике опробовано и реализовано много вариантов преобразования экономики и становления рыночных отношений. В нашей стране параллельно с убыточной для населения и страны распродажей национальных богатств и ресурсов был развёрнут польский сценарий рекапитализации планово-командной экономики и перехода к рынку через сначала мелкий и челночный, а затем – крупный «бизнес», основанный на мошеннической разнице курса доллара ФРС к рублю и наоборот.Практически во всех сферах жизни приоритетную роль играл паразитизм, спекуляция (ныне – «бизнес») и мошенничество в особо крупных, фактически – государственных масштабах.

Abstract: The article says that in the world practice many variants of transformation of economics and establishment of market relations has been tried and realized. In our country simultaneously with lossmaking for population and the country sale of national treasures and resources there has been realized Poland scenario of recapitalization of command economics and transfer to the market from primarily small and tourist trader and then to the major “business”, based on fraud difference in FRS dollar rate to rubble and vise verse.Practically in all spheres of life priority role played parasitism, speculations (now – “business”) and fraud in especially big, factually state scale.

Ключевые слова: регулируемый рынок; теневая экономика; «шоковая терапия»; криминальные и социальные проблемы; национальная безопасность.

Keywords: regulated market; shadow economy; “shock therapy”; criminal and social problems; national security.

Для перехода постсоветской России к регулируемым государством рыночным отношениям, сложившимся и действующим в мире частной собственности, была и остаётся социально-правовая технология, которая предназначена для защиты и развития не только национальной экономики и бюджета государства, но и личного бюджета, жизни и здоровья каждого человека, каждой Родовой семьи и всего коренного населения, поскольку это естественное право каждого человека на нормальную жизнь на своей Земле заложено в Конституции РФ, хотя и в недостаточно конкретной форме, но обязанность государства – защищать и соблюдать это право в соответствии с второй статьей Конституции.

России не пристало больше «голяком» в социально-экономическом отношении танцевать «польку» перед американским флагом, опираясь на предательский «долларовый костыль», выдаваемый ФРС странам и их банкам, «отрыгивая» нефтью или газом в этом танце, чтобы как-то прокормиться за это и мечтать о переходе к инновационному, цифровому типу экономики, накоплению капитала и т.д. Всё это навязано России и её народу из-вне, и нужно выбрать другой способ возвращения и перехода от недостроенного социализма к русскому варианту капитализма, гораздо более корректный в социальном, политическом и демографическом отношениях, а значит – благоприятный не для меньшей, а именно для большей части населения страны. Это должны быть в значительной мере частно-государственные предприятия (ЧГП) и успешный всенародный капитализм, но не олигархический монополизм, как это произошло со страной за последние десятилетия.

Надо, чтобы, в первую очередь, эта истина и требование стали понятны всем, кто оказался подпущенным к решению судьбы страны и народов России в качестве временщиков-реформаторов, натворившим, надеемся, - невольно, – массу бед и отправившим на тот свет за время «перестройки» миллионы людей, а главное – покалечившим жизнеспособность страны в целом, то есть - как державы и многонационального этноса.

Для этого надо представить широкой публике и, прежде всего, – нашей молодёжи не только польский вариант перестройки экономики и общественного устройства, именуемый «Шоковая терапия». Давно известен и обкатан на практике *немецкий вариант* преобразования планово-командной экономики со сменой номенклатурно-бюрократического способа управления страной разными «лидерами - вождями» и их окружением на национально ориентированный, притом - с мобилизацией и участием значительной части трудового потенциала населения страны[4].

Важнейшим отличием описываемого ниже немецкого варианта реанимации страны после катастрофы от аналогичной ситуации, сложившейся в России, является тот факт, что банк в послевоенной Германии был национальным и выполнял все указания Правительства. Кроме того, рейхсмарки не дублировались «продукцией» ФРС, так что финансовая власть в стране была сконцентрирована в денежных единицах, и только потому, что много денег было теневых, государство вынуждено было просто терпеть их нехватку для общенациональных нужд.

Нужно отметить также вторую значительную трудность в осуществлении ротации национального капитала в современной России, потерпевшей поражение в «холодной войне» с Западом, в отличии от послевоенной Германии, разрушенной коалиционной армией, но не разграбленной своими кровожадными инородцами, которые оформили на себя как частную собственность 71% национального достояния и вывели всё это богатство «де юре» за пределы России.

Так что требования к политической воле для принятия решения о ротации двойного по сути национального капитала для возвращении государству российскому финансовой,

экономической и политической власти в стране для последующей передачи народу в малый и средний бизнес (а именно это и дала немцам описываемая ниже ротация рейхсмарок на дойчемарки без вопросов до определённого объёма и с отчётом владельца о происхождении больших объёмов) намного выше и даже сложнее, нежели те, с которыми столкнулось в 1947 году руководство послевоенной Германии.

Во всех остальных отношениях аналогия между послевоенной Германией и современной Россией достаточно полная, хотя та война была «горячей» и с развалинами от бомб и снарядов, а эта – «холодной», но более разрушительной. Потери и разрушения примерно одинаковы[9], так что есть все основания попытаться использовать немецкий опыт возрождения страны после поражения в войне [1].

Представляемый вариант такого перехода и сценарий его реализации в масштабах разрушенного государства были предложены немецким экономистом Людвигом Эрхардом и осуществлены правительством Конрада Аденауэра в 1947 году [3].

Своё кредо в отношении к послевоенной Германии Людвиг Эрхард выразил так: «Плановая экономика означает, что производитель, как и потребитель, всегда принуждаются кнутом государства и ещё в большей степени кнутом бездушной бюрократии. Человек лишается своего достоинства и постоянно унижается. Он чувствует только свой намордник. Эта система должна быть сметена через рынок, который должен высвободить такие силы, о динамике и власти которых **школярская мудрость плановиков-управленцев и наглость спекулянтов не смеют и мечтать**».

Таким образом, немецкая реформа понималась и задумывалась её идеологами не как чисто экономическая или денежная, а как способ восстановления государственности в управлении страной и вывода нации из той экономической, политической и моральной катастрофы, в которую она попала в связи с поражением и разгромом во второй мировой войне в целом[10].

Необходимо было возвратить государству финансовую, экономическую и политическую власть и вместе с тем - реанимировать нацию и её трудовой потенциал, что и составляло цель и основную мотивацию немецкого варианта реформы (в отличие от польского - «Шоковой терапии» и в противоположность неопределённой ситуации, сложившейся в России).

Соответственно, - в порядке начала проведения этой реформы, - летом 1947 года, в одночасье, волевым и глубоко продуманным образом, как и полагается государству и грамотному, благонамеренному и решительному правительству, заботящемуся о действительном благе народа и о будущем нации, были просто отменены все старые, безнадёжно «больные» деньги, а стало быть − и очень многие явления и проблемы, выросшие на них или прямо связанные с ними в жизни людей и страны[11].

Прежде всего − это командно-милитаристская ориентация («перекос») бюджета и колоссальный государственный долг, «верноподданнический» синдром (пресловутый «вождизм», «равнение на лидера и вообще – «на верх», на правительство, парламент,

---

[9] Хотя имеются и иные данные, о том, что в результате так называемой «приватизации и демократизации» произошли радикальные изменения, которые по своим негативным социально-экономическим и политическим последствиям проведённых «реформ» в 1992-1998 гг. в 2,5 раза превышает потери СССР в результате Великой Отечественной войны.

[10] Полная аналогия с поражением СССР и России как его правопреемницы в многолетней холодной войны! Так что ниже вместо «Рейха» спокойно можно подставлять слово «страны», имея в виду любую повергнутую страну, включая Россию, и аналогия будет работать понятным образом. Есть, конечно, разница, но она понятна и существо дела не меняет.

[11] Наиболее правильным и естественным представляется возвращение к советским деньгам, поскольку на каждом из казначеских билетов от рубля и больше было черным по белому написано, что «…Государство отвечает …золотом». По сути это будет совпадать, во-первых, - с правопреемственностью России в отношении к распавшемуся СССР, а во-вторых, - с тем, что собирается (но вряд ли получится, ибо не даст это реализовать «Глубинное правительство») сделать в США Дональд Трамп, - ввести во внутренний оборот новый доллар США, обеспеченный в отличие от доллара ФРС - золотом).

начальство и т.п.), запутанная и многоэтажная коррупция кланов и власти, нарастающая в связи с этим неуправляемость развитием социально-экономической ситуации и финансовыми потоками, которые проходили мимо государства и интересов нации, а рассовывались по чьим-то карманам (у нас – до 320 млрд. долларов ежегодно в 90-е годы и 40-60 миллиардов долларов в последние годы).

Дело в том, что «В отличие от часто применявшихся во время войн (в том числе в нашей стране) займов у населения правительство погибшего рейха в своё время не пренебрегало так называемым «бесшумным финансированием»: оно залезало в долги, беря деньги у банков и финансовых институтов и расходуя их абсолютно бесконтрольно по собственному усмотрению»[12] [2].

Кроме того, к 1947-му году социально-экономическая ситуация в Германии характеризовалась полной разрухой, с одной стороны, и огромными финансовыми затруднениями − с другой. Ни у кого, кроме торговой мафии и мошенников различного уровня и ранга, не было денег − ни у государства, которое их потеряло вместе с политической и экономической мощью, ни у населения, особенно − у его трудящейся части, поскольку она не была занята трудом и не имела нормальной заработной платы. Деньги были только у тех, кто смог «под шумок» наворовать или сделать их тем или иным образом, уклонившись от всяких контактов с государством и с его действительными, общенациональными проблемами, то есть прежде всего – у спекулянтов зарубежными товарами и валютой на внутреннем рынке.

В свою очередь, несвоевременность платежей за работы или просто задержки переводов по счетам между клиентами стали рядовым явлением в финансовой и банковской деятельности. На первый взгляд такие задержки выглядели невинной, во всяком случае − некриминальной и не криминогенной неаккуратностью банковских работников, во всяком случае − не уголовным преступлением. На самом же деле такие деньги, придержанные банком, во-первых, фактически депонировались в нём на всё время задержки (так сказать − беспроцентный кредит), а во-вторых, - так же «бесшумно», как ранее на военных, работали на кого-то, но не на их действительных хозяев. Например, − в форме краткосрочного кредита, который тот же банк может дать кому-то на время задержки платежей, заработав на этом свои проценты и т.д.

Наконец, эта несвоевременность, задержки платежей стали поводом для возникновения (как в Польше и в России) криминальных «силовых структур» и прямым источником для них абсолютно дармовых, никак не заработанных ими денег, которые они получали в виде процентов за «выколачивание» платежей. Получалось так, что нормальное сотрудничество между экономическими партнёрами становилось невозможным, а из-за нарушений временной структуры договорных отношений во все взаиморасчёты и даже в оборотные средства вмешивался «вирус криминального посредничества» − эти самые «силовые структуры».

Под угрозой «пули» или насилия они устанавливали уже свои сроки и порядок движения денежных средств внутри страны и за рубежом. К тому же эти «посредники» не только постепенно прибирали к рукам в виде процентов за «выколачивание» всё большие и большие суммы, но и депонировали их на свои счета в удобных им или собственных банках, пускали их в оборот уже в легальном бизнесе.

---

[12] Как очевидно, − это общий механизм «изымания» денежных средств из сферы их естественного обращения на внутреннем рынке и отправки их «куда-то наверх», причем в размерах, по сравнению с которыми так называемое ныне «отмывание денег» предпринимателями и даже прямые одноразовые хищения − это детские игрушки. То же самое имеет место в США, которые кредитуются под процент, обеспечивая кредиты гособлигациями - Трежерис, а затем – пуская их на свой ВПК и прочие варианты «распила» для активного напора на нас, как на «главного врага человечества», или на Китай, который Трамп официально объявил манипулятором с долларами ФРС и т.д.

В целом получилось, что финансовые затруднения и нарушения временной структуры деловых отношений между производителями и потребителями действительных национальных ценностей сделали эти отношения невозможными, а старые «рейхсмарки» − безнадёжно «больными» с точки зрения честного предпринимателя, производителя и государства. Тем более, что в условиях диктата цен и централизованной развёрстки многих ресурсов деньги и в самом «низу» товарно-денежного обращения не выполняли своих основных функций − «мерила ценности, дефицитности или избытка товаров, единицы счёта, заставляющей привести в соответствие пропорции ресурсов и производства», так что начала разбухать денежная масса практически «пустых, слабых» денег.

С другой стороны, - в царившей тогда неразберихе обыкновенный государственный чиновник разного уровня и ранга настолько нищенствовал и настолько привык к срыву всех и всяческих сроков *без всякой ответственности за это, что заставить его связать дело, людей и время было возможным только с помощью* ***взятки.*** А поскольку платить за свои дела и делишки больше всего могли только те, кто имел много дармовых и свободных от оборота и учёта денег, то постепенно отладился*механизм коррупции* администрации с «силовыми структурами», а «тандем» с ними должностных лиц, включая полицию, стал чуть ли не нормой общественной жизни. Возможность контролировать движение больших денежных средств была реальной только с помощью таких «мафиозных структур», так что *многоуровневая коррупция тоже уходила своими корнями в нарушения временной структуры деловых отношений между людьми, предприятиями, отраслями и государством.*

Эта ситуация попросту лишала государство, власти вообще и над движением денежных средств, - особенно, поскольку большая их часть совершенно бесконтрольно «крутилась» в социально-экономическом обороте послевоенной Германии совсем не в интересах возрождения нации, а в интересах отдельных личностей и коррумпированных группировок. В частности, имела место всё нарастающая спекуляция импортными пищевыми и потребительскими товарами, - как оно только и может быть в сценарии освоения рынка и рыночных отношений через базарную торговлю импортом и валютой, поскольку собственная экономика под давлением западных товаров угасла, а двойная спекуляция валютой – расцвела(аналогичная ситуация в конце прошлого века сложилась в Польше, России и на всей постсоветской территории).

Надо отдать должное и К.Аденауэру − тогдашнему (Первому Бундесканцлеру), и Л. Эрхарду − Министру экономики и автору основного замысла и проекта реформы, и множеству американских и немецких специалистов, которые её разрабатывали и готовили к реализации.

Согласно основной идее реформы «Предполагалось изъять лишние деньги, обесценив все денежные требования и обязательства в пропорции 10:1, или фактически просто зачеркнуть 93,5 процента старых денег (и старых проблем!!!) в наличной и безналичной формах и выдать населению (на самое первое время – 3 месяца) одноразовую минимальную подушевую квоту в новых немецких марках.

Неприкосновенными должны были остаться прежний уровень заработной платы, пенсий, квартплаты и налогов, пересчитанные на новые немецкие марки. Предусматривалось также аннулировать рейхсдолг... Кроме того, этот план вводил разовый конфискационный налог на богатство или доходы от недвижимости, средства от которого поступали в фонд выравнивания тягот войны» (у нас - перестройки в варианте «шоковой терапии»).

Однако, при обмене денег частные капиталы и вложения без ***вопросов*** *обменивались только до определённого объёма и, таким образом, - были подвергнуты ревизии, так что почти все мелкие и средние воры-миллионеры, которые – как у нас на Рублёвке – начинали концентрироваться в богатых кварталах Берлина рядом с нормальными и успешными людьми, - были так или иначе пойманы за руку или вообще не посмели требовать обмена*

своих капиталов, поскольку при выяснении их происхождения они могли потерять свободу или даже жизнь.

Государство, таким образом, одним разом вернуло на своё место в обществе очень многих граждан *(у нас это называлось бы восстановлением социальной справедливости)****, а заодно - очень многое из наворованного у него в казну. То же самое произошло и с недвижимостью, значительная часть которой оказалась приобретенной мошенническим образом или за бесценок по сравнению с ценностью для страны***[13] [6].

Всем гражданам, привыкшим, кстати, за время войны к ограничениям и рационированию питания, выдавалось несколько месяцев по 40 новых немецких марок, на которые можно было жить, поскольку практически тут же в магазинах появилось много товаров (высокий курс и покупная способность новой марки).

Расправившись таким образом с «больными» деньгами и отменив их как национальную валюту, немецкое правительство пошло дальше и отменило также свободное хождение иностранной валюты на территории своей страны. Таким образом, весь внутренний рынок и население страны оказались защищенными от экспансии иностранной валюты, товаров, услуг и продуктов из стран с развитой экономикой, а также – от потоков мигрантов и всех проблем, которые связаны с ними, независимо от того, когда они текут в другие страны.

Но, главное было в том, что, вернув себе финансовую власть и прочно заняв в своей стране положение единственного обладателя настоящих национальных денег, государство начало активно финансировать трудящуюся часть населения новыми денежными средствами в форме долгосрочных, низкопроцентных семейных кредитов и ссуд на 30-50 лет вперед, поощряя все конкретные виды деятельности, полезной для нации и страны, и сочетая эту разумно-волевую политику в отношении к своему народу и к его деловым качествам с гибким, но обязательным налогообложением.

Таким образом, получили поддержку и финансирование, все виды национально полезного и приемлемого предпринимательства, а также − активная трудовая деятельность физических лиц и коммерческих структур, финансируемых государством, которое стало на тот момент во всех видах деятельности – их совладельцем, гарантом и защитником. Местные власти непосредственным образом принимали участие в разработке проектов и доходов от их реализации. А при составлении проектов этой деятельности стала востребованной национальная интеллигенция и эксперты, вырос спрос на образование и культуру, изобретательство и новые технологии, на рабочие руки и «мозги» самой разной квалификации.

Соответственно, вместо военно-промышленного комплекса с его поистине бездонным чревом и бездумным строительством «дворов и дворцов», начали «Стремительно развиваться отрасли, прямо работающие на потребительский рынок. Это было важнейшим приоритетом экономического плана Эрхарда − только так можно было снять инфляционное напряжение, рождённое милитаризованной экономикой и породившее нищету и безработицу для большей части населения страны. Чтобы устранить этот структурный перекос и снизить цены, сырьём прежде всего снабжались отечественные фирмы, выпускающие по относительно недорогим ценам товары массового спроса. Рост потребительского сектора «рассасывал» и безработицу. В шестидесятые годы прошлого века уровень занятости в Западной Германии был одним из самых высоких среди развитых стран».

В результате государство вернуло и верифицировало всю власть в стране и ещё больше укрепило её, поскольку очень быстро, практически сразу же и на полных основаниях заняло положение единственного держателя настоящих (здоровых) национальных денег на всём экономическом и правовом пространстве («простанство

[13] Можно сравнить ситуацию с Челябинским тракторным заводом и многими другими промышленными предприятиями, которые десятками лет создавались всей страной, а сейчас попали в руки неизвестно откуда взявшихся и совершенно непонятных «физических лиц». См.: список отраслевых предприятий, «де юре» выведенных за пределы России частными лицами. Как это может происходить без ведома властей, - непонятно, и, следовательно, не без их участия – понятно… Вот два вопроса в одном…

правопорядков» – по выражению профессора Исаева И.А.)***, которое оно занимало, и обрело абсолютный авторитет в формировании всей социально-экономической, финансовой и юридической ситуации в стране, не отдав неучтённым образом ни йоты реальной власти ни торговцам, ни предпринимателям, ни банкирам, ни бандитам, ни Средствам Массовой дез Информации*** (через рекламу).

Соответственно, в стране очень быстро, буквально за несколько лет наладилась (само) управляемая и эффективная экономика, сразу же вырос уровень жизни, окрепли все государственные службы, коммерческие структуры и социальные институты, не было и нет проблем с подоходными налогами, поскольку гражданин Германии с рождения является основным «субъектом экономики» и имеет помощь от государства и налоговый номер (сегодня – это ИНН в нашей стране).

Естественно то, что быстро сократилась преступность, особенно – ***профессионально-организованная***[14][5], *поскольку для неё не создавалась и не «удобрялась» каждый день социально-экономическая почва: дармовых и свободных денег ни у кого не было, а получить низкопроцентный кредит и заработать честным трудом на эти деньги мог каждый, притом − именно с помощью и при поддержке государства, пустив в собственный оборот государственные кредитные средства.* ***«Ну-ка, гражданин преступник, попробуй, тронь − двойная принадлежность каждой марки и защита собственности и прибыли как общей для гражданина и государства! Вот она – взаимная ответственность государства и народа за процветание и судьбу страны во плоти»!***

К тому же, - поскольку национальных денег стало фигурировать в обороте намного меньше, ценность их сильно выросла, они начали сами по себе выполнять свои функции на рынке, и их движение стало более жёстко контролироваться самими и всеми субъектами экономики. Они стали дефицитными и желанными, внутренне конвертируемыми, поскольку на них можно было купить практически всё. Соответственно − у людей появился стимул работать производительно и именно за такие − сильные и общие национальные деньги, хорошо выполняющие свои функции и охраняемые государством.

Принципиальное значение для этого имела (и до сих пор имеет) политика долгосрочных семейных кредитов (до 50 лет) с очень небольшими процентными отчислениями, практически незаметными для тех, кто их взял для «раскрутки» своих дел и занятий. Получается, что все новые государственные деньги, во-первых, «крутятся» в руках честно трудящегося населения и местных властей, давая этим «партнерам» стабильную прибыль, во-вторых, − сразу же обеспечивают материальное благополучие этой части населения и, в-третьих, − остаются под контролем государственного аппарата, материально заинтересованного в их успешном обороте.

В этих условиях очень быстро выросла производительность труда, сложились взаимно уважительные взаимоотношения между добросовестно трудящимся населением и сильным, грамотным и рачительным государством, его службами и работниками. Взаимное и долгосрочное доверие государства и его граждан друг другу, уверенность в будущем, как минимум, на сроки кредитов и т.д. Одним словом - Нация! С большой буквы, нигде не стыдно за то, что ты – немец – ни дома, ни на улице, ни за рубежом, ни перед детьми, ни перед внуками и правнуками.

И тот факт, что все и всё в Германии в силу таких взаимоотношений между каждым гражданином страны и государством «повязаны», никого не смущает и никому не мешает. Хотя, конечно, демократией это все не назовешь, это − совсем другой тип экономики и

[14]Это новое понятие, введённое в научный оборот автором. «Профессионально-организованная преступность – этопротивоправное, антиобщественное явление социально-политической, антигосударственной направленности в экономике, социальной среде и государственном управлении, развивающая преступные технологии и контролирующая уголовную среду, выступающая как основной индикатор преступного развития общества».

общественного устройства, покрепче и почище «твёрдой руки», о которой у нас многие мечтают, «нахлебавшись» нашей криминально-чиновной «каши» и не будучи знакомыми с такой стратегией и тактикой жизнеустройства и жизнеобеспечения населения страны. Созидательный труд, государственный порядок и законопослушание − вот главные черты этого строя. *Коротко говоря, - это государство и законы для народа, а не народ для закона и государства.*

Наибольший интерес в опыте немцев представляет система социальной защиты населения Германии вообще и его трудящейся части − в особенности. Объясняется это тем, что данная система защищает не только трудящихся людей, но и тот НОВЫЙ государственный капитал, который передаётся им в виде долгосрочных кредитов на их деятельность. Именно отсюда выводятся система одновременного страхования здоровья человека или семьи и их кредитного капитала, общественное и профессиональное здравоохранение, образование, законность и т.д., короче − знаменитый «немецкий порядок». Именно благодаря ему, за истекшие после этой реформы годы Германия быстро заняла, заработала достойное место и в мировой экономике, и в Европе, очень высоко и всесторонне развила свои производство, культуру, науку, образ жизни, сельское хозяйство и пищевую промышленность, стала экспортёром множества товаров и технологий, в том числе − пищевых и т.д.

С другой стороны, - достаточно на несколько часов открыть в Германии чисто частную фирму - без участия государства, и ты лишаешься опеки всей системы социальной защиты, которая создана и работает только для той части населения, которая трудится на государственные средства и работает на рост национального капитала. То есть − часть населения, занятая легитимным с точки зрения государства созидательным трудом – это основа национальной экономики Германии. У нас – наоборот, и все ИП, ООО, которые ещё *не начали работать, а уже все кому-то должны*, – живое тому свидетельство.

Вместо заключения

Отменив старые деньги вместе с «киосками» обмена валюты и введя в оборот новые, неконвертируемые, сугубо национальные деньги в пропорции 10:1, немцы фактически произвели *ротациюкапитала*, циркулирующего в жизни общества и страны, и, таким образом, - обновили «живую кровь» и условия функционирования всего организма национальной экономики и его социальную сферу, в том числе – основательно затронули весь свой и связанный с ним зарубежный криминальный мир.

Именно в этом состоит *антикриминальная* суть немецкого варианта быстрого и радикального преобразования национальной экономики и общественного устройства. Фактически они просто выпустили из «сосудов» своей экономики всю «дурную и больную кровь» - в виде криминальных финансовых средств, порождающую и поддерживающую массу негативных и неразрешимых проблем в организме страны, и ввели в них новую и «живую», поскольку она была представлена внутри неё как своя и как в 10 раз более ценная, чем старая и больная.

Благодаря этому, организм экономики сразу же ожил, и она стала по настоящему национальной, поскольку начала служить интересам всей нации, а не частному или криминальному иностранному капиталу, как это происходило и происходит у нас. А тем более, - не «зарубежным партнёрам», которые впрыснули было в него свои вечно «голодные фальшивые доллары» в виде инвестиций и, таким образом, уже «присосались» к поверженному телу этой страны через ростовщические конторы, именуемые банками, но сразу потеряли практически все свои компетенции по сравнению с её новой национальной валютой.

Многочисленные, сложные и практически неразрешимые проблемы, связанные с обращением в организме общества этой «больной (чужеродной) крови», немцы просто отсекли «скальпелем» волевого административного решения. Если государство не страдает политической импотенцией или не трусит перед собственными мелкими и некомпетентными

реформаторами, негодяями и ворами, поскольку повязано ими или связано с ними коррупционными нитями, верёвками и канатами, - оно всегда имеет шанс принятия внутри себя таких радикальных политических решений.

Нужны только объективная необходимость (показания для такой операции хорошо известны и частично описаны выше), политическая воля и решимость высшего руководства, чтобы в интересах спасения жизни и достоинства нации и страны пойти на эту крайнюю административную меру и реализовать этот шанс «на всю катушку». Немцы это сделали, в одночасье избавились от сложнейших социально-экономических проблем, и организм их экономики начал быстро оживать, так что все «субъекты национальной экономики», угнетённые минувшей национальной катастрофой, получили возможность «восстать из пепла» и начать нормально жить и работать.

Однако, - когда «клетки» этого социально-экономического организма («субъекты экономики»), составляющие его органы и системы, начали претендовать на эквивалентный обмен своей «старой крови» на новую и живую для своей дальнейшей жизни и функционирования в обновляемом теле национальной экономики, - немцы произвели ревизию правомерности их претензий, то есть – ревизию происхождения частных капиталов и механизмов приобретения прочих богатств, на которые эти «субъекты» претендовали, и сопоставили её результаты с тем, на что они могли, имели право претендовать законно.

В принципе речь идёт о чём-то типа национального варианта «Страшного Суда», когда все и каждый (прямо по Конституции) должны обосновывать своё право на дальнейшую жизнь в обновляемом организме общества в том качестве, которое они тем или иным образом нажили и наработали к моменту этого общественного судилища.

ТАКАЯ ВЗАИМНАЯ ОБЩЕСТВЕННО-КРИМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА - КОЛОССАЛЬНАЯ АНТИКРИМИНАЛЬНАЯ и СОЦИАЛЬНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНАЯ МЕРА!!!

В принципе, - если говорить о нынешней России, - она само собой напрашивается в соответствии с Высшей Волей, Разумом и социальной Справедливостью. Как никак – три десятилетия переходного периода, почему бы нам не подвести промежуточные итоги и не наметить общие перспективы, зачем пытаться двигаться дальше в тумане нерешённых проблем и вопросов, увеличивая социальную напряжённость и плодя, с одной стороны, - бедняков и нищих интеллигентов, а с другой - хапуг и бесстыжих борцов за политическую и финансовую власть, дающую возможность воровать и наживаться за счёт страны и народа?

Перепись населения, во время которой многие из тех, кто «пасётся» в теле нашей страны, даже не пожелали показаться лично, однозначно показывает отношение их к государству, - с одной стороны, и «импотентную» конфузливость этого государства в отношении к таким наглым «гражданам», - с другой.

Почему бы нам всем не показать друг другу лица и документы и не начать жить прозрачно, без криминала и зависти в душе и лжи в кармане, как это сделано во многих, особенно – небольших и маленьких странах, где все друг друга знают?

Ведь все, кто жили трудно, но честно и по общечеловеческим правилам, писаным в сознание прямо из Космоса[15], останутся при ротации национального капитала жить в соответствии с ними в этом новом организме и в его правовом поле и будут обслуживаться его новой финансовой кровью, как свои – в полной мере необходимые и приемлемые государством и людьми. Те же, кто грешил и систематически нарушал законы человеческого общежития, жил за счёт других, воровал и т.д. – должны будут получить при таком судилище по заслугам и отойти в сторону, как чужие и неприемлемые обществом, вплоть до

[15] Вне Земного времени и пространства, в Космическом Иномирье хранятся вечные ценности и правила поведения, по которым должны жить люди и всё человечество. (для криминологов).

удаления из нашей жизни, как в Китае, или - покаяться публично и начать новую жизнь, но теперь уже – вместе с другими и в интересах всего общественного организма.

Немецкий опыт ясно показывает, что периодическая, а не только назревшая и единоразовая, ротация общественного капитала с ревизией происхождения частных капиталов и законности приобретения недвижимости – это естественное и Богоугодное дело даже по политико-экономическим соображениям, а тем более – по антикриминальным и духовно-нравственным критериям общественного благополучия народа и социальной справедливости в стране.

Постоянное периодическое обновление крови – фундаментальное условие нормальной жизнедеятельности человеческого организма, и нужно сделать обновление общественного капитала столь же естественным способом оздоровления организма национальной экономики и всей общественной жизни, как это предусмотрено природой для всех сложных систем и организмов.

Список литературы

1. Военная тайна с Игорем Прокопенко : Программа Рен.ТВ [эфир от 06.03.2017 г.].
2. Геноцид Русов - URL:http://genocid.net/news_content.php?id=4588 - (дата обращения 07.06.2019).
3. Кириллов К. Немецкий рецепт // Знание-сила. – 1991. - №. 11.
4. Фадеев В.Н. Судьба России – Судьба человечества / В.Н. Фадеев, И.А. Янушевский, С.А. Мезенцев, С.С. Ласточкин. – Москва, 2018. - 555 с.
5. Фадеев В. Н., Тэсс Л. В. Профессионально-организованная преступность // Вестник Мос.У МВД РФ. – 2018. - № 6. - С. 173-176.
6. Эрхард Л. Благосостояние для всех / Пер. с нем. – М.: «НАЧАЛА ПРЕСС». - 1991. – 332 с.

УДК 347.1

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION: CIVIL REGULATION

Эриашвили Нодари Дарчоевич
Eriashvili Nodari Darchoyevich

Московский Университет МВД РФ им. В.Я. Кикотя, Россия, Москва
Moscow University MIA RF in the name of V.Y. Kikotya, Russia, Moscow
(e-mail: professor60@mail.ru)

Аннотация: предпринимательство, как вид деятельности, вправе осуществлять государственные и негосударственные органы, а также физические лица; перечень разновидностей предпринимательства фактически определяется управомоченными государственными органами; основные положения о предпринимательстве урегулированы в гражданском законодательстве (в первую очередь, в Гражданском кодексе Российской Федерации); противоречия между Гражданским кодексом Российской Федерации и иными федеральными законами Российской Федерации о предпринимательстве, разрешаются в пользу Гражданского кодекса Российской Федерации.

Abstract: business as the type of activity having the right to carry out the public and non-state authorities and also natural persons; the list of kinds of business actually is defined by authorized public authorities; basic provisions about business are settled in the civil legislation (first of all, in the Civil code of the Russian Federation); contradictions between the Civil code of the Russian Federation and other federal laws of the Russian Federation on business, are resolved in favor of the Civil code of the Russian Federation.

Ключевые слова: экономика, право, предпринимательство, валовой внутренний продукт, правовое регулирование, гражданское право, гражданское законодательство, нормативный правовой акт.

Keywords: economy, right, business, gross internal product, legal regulation, civil law, civil legislation, regulatory legal act.

Предметом данной статьи является гражданско-правовое регулирование предпринимательства в Российской Федерации.

Первоначально о состоянии теории.

Так, А.А. Иващенко при исследовании «традиций предпринимательства в России и диалектики его гражданско-правового регулирования» фактически представил хронологию гражданско-правового регулирования развития предпринимательства в России: «Нормативное регулирование в 1818 г. предоставило возможность крестьянам создавать фабрики и заводы»; «Впереди была новая эпоха, связанная с отменой крепостного права в 1861 г., которое тормозило и ослабляло капиталистическое производство, чем заметно усугубляло положение русских предпринимателей»; «Предпринимательские отношения в крестьянской среде были урегулированы аграрной реформой, проведенной в 1905 г.»; «В 1917 году произошел перелом в развитии предпринимательских традиций российского государства. В этот период были созданы Экономический совет и Главный экономический совет. Именно с этого времени государство становится самым крупным и, по сути, единственным предпринимателем»; «В 1921 году на X Съезде партии, который взял курс на переход к новой экономической политике, были восстановлены некоторые элементы предпринимательской деятельности дореволюционного периода»; «В 1930 году предпринимательство было вновь ликвидировано. Государство приняло курс на запрет частного предпринимательства»; «Экономическая реформа 1965 г. позволила предприятиям проявлять самостоятельность»; «В 1985 году перестройка общества наметила целью предприятий расширение инициативы и самостоятельности»; «В 1990 году был принят Закон РСФСР "О предприятиях и предпринимательской деятельности". Именно с этого периода воссоздаются утраченные ранее предпринимательские традиции»; «Новый смысл, вложенный в отношения собственности, изменение методов государственного регулирования привели к переоценке ценностей, а вместе с тем к возрождению предпринимательской деятельности» (ст. 34 Конституции РФ»). [5, С.73-82]

Эту же закономерность фактически исследовал и О. А. Герасимов («проведен историко-юридический анализ развития института частной собственности на основе источников права»). [4, С.21-26]

В.А. Вайпан сфокусировал внимание на «принципе социальной справедливости в правовом регулировании предпринимательской деятельности» («Таким образом, реализация в предпринимательской деятельности "функционального" требования принципа социальной справедливости означает нацеленность на устранение дефектов правоприменения, борьбу с коррупцией, защиту предпринимателей от вмешательства органов власти, обеспечение качественного правосудия и т.д.»). [1, С.3-8]

А.Н. Левушкин проанализировал «гражданско-правовое регулирование семейного предпринимательства и научные подходы в отношении понятия и правовой природы данного социально-правового явления» («Представляется, что "вне зависимости от масштабов организации семейного супружеского бизнеса в России основным фактором его успешного функционирования является опора на брак и семейные ценности, которые лежат в основе создания семьи. Если они будут утрачены, происходит разрушение семьи, расторжение брака, соответственно, возникает необходимость раздела семейного супружеского бизнеса, активов супругов, общей совместной собственности»). [6, С.6-10]

Вероятно, не столь совершенные результаты научных изысканий предопределяют и несовершенство законодательства о правовом регулировании предпринимательства в Российской Федерации [3, С.119-123]. В первую очередь обращаемся к нормативному

правовому акту с наивысшей юридической силой на территории Российской Федерации. Таковым является Конституция РФ от 12 декабря 1993 г. [11] («1. Каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. 2. Не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию» - ст. 34).

Положения Конституции РФ детализированы в нормативных правовых актах с меньшей юридической силой. [2, С.28-30] В первую очередь обращаемся к нормативным правовым актам, составляющим так называемое гражданское законодательство, основу которого составляют федеральные законы РФ: Гражданский кодекс РФ (Часть первая от 21 октября 1994 г. [8], введена в действие с 1 января 1995 г. [7]). Принципиально важное положение закреплено в ст. 2 ГК РФ (Часть первая): «Гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом». Да и в последующих статьях ГК РФ (Часть первая) также упоминается термин «предпринимательство» (и сопутствующие ему термины): ст. 5, 18, 19, 22 и др. А в ст. 23 урегулирована непосредственно предпринимательская деятельность человека («1. Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, за исключением случаев, предусмотренных абзацем вторым настоящего пункта. В отношении отдельных видов предпринимательской деятельности законом могут быть предусмотрены условия осуществления гражданами такой деятельности без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. 3. К предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, соответственно применяются правила настоящего Кодекса, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения. 4. Гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица с нарушением требований пункта 1 настоящей статьи, не вправе ссылаться в отношении заключенных им при этом сделок на то, что он не является предпринимателем. Суд может применить к таким сделкам правила настоящего Кодекса об обязательствах, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. 5. Граждане вправе заниматься производственной или иной хозяйственной деятельностью в области сельского хозяйства без образования юридического лица на основе соглашения о создании крестьянского (фермерского) хозяйства, заключенного в соответствии с законом о крестьянском (фермерском) хозяйстве. Главой крестьянского (фермерского) хозяйства может быть гражданин, зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя»).

Имеются и иные федеральные законы РФ о предпринимательстве: Федеральный закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 6 июля 2007 г. [9] («Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие между юридическими лицами, физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в сфере развития малого и среднего предпринимательства, определяет понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, виды и формы такой поддержки» - ст. 1); Федеральный закон РФ «Об уполномоченных по защите прав предпринимателей в Российской Федерации» от 26 апреля 2013 г. [10] («1. Настоящий Федеральный закон определяет правовое положение, основные задачи и компетенцию Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по защите прав предпринимателей, а также уполномоченных по защите прав предпринимателей в субъектах Российской Федерации …» - ст. 1).

Таким образом, предпринимательство в Российской Федерации является многообразной деятельностью, доходы от которого формируют валовой внутренний продукт (ВВП).

Изложенное позволяет нам высказать несколько суждений.

Во-первых, предпринимательство, как вид деятельности, вправе осуществлять государственные и негосударственные органы, а также физические лица.

Во-вторых, перечень разновидностей предпринимательства фактически определяется управомоченными государственными органами.

В-третьих, основные положения о предпринимательстве урегулированы в гражданском законодательстве (в первую очередь, в Гражданском кодексе Российской Федерации).

В-четвертых, противоречия между Гражданским кодексом Российской Федерации и иными федеральными законами Российской Федерации о предпринимательстве, разрешаются в пользу Гражданского кодекса Российской Федерации.

Список литературы

1. Вайпан В.А. Принцип социальной справедливости в правовом регулировании предпринимательской деятельности // Гражданское право. 2016. № 2. С. 3-8.
2. Галузо В.Н. Систематизация законодательства в Российской Федерации: состояние и перспективы развития // Закон и право. 2009. № 8. С. 28-30
3. Галузо В.Н. Конституционно-правовой статус России: проблема именования государства // Вестник Московского университета МВД России. 2010. № 5. С. 119-123.
4. Герасимов О. А. Формирование правовых основ регулирования предпринимательской деятельности в России (историко-юридический анализ развития института частной собственности) // Гражданское право. 2016. № 3. С. 21-26.
5. Иващенко А. А. Традиции предпринимательства в России и диалектика его гражданско-правового регулирования // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. № 4. С. 73-82.
6. Левушкин А. Н. Гражданско-правовое регулирование и развитие семейного предпринимательства как вида социального предпринимательства в Российской Федерации // Гражданское право. 2019. № 2. С. 6-10.
7. О введении в действие части первой Гражданского кодекса Российской Федерации: ФЗ РФ от 21.10.1994 г. // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3302.
8. СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301; …; 2018. № 32 (часть II). Ст. 5132.
9. СЗ РФ. 2007. № 31. Ст. 4006; …; 2018. № 53 (часть I). Ст. 8463.
10. СЗ РФ. 2013. № 19. Ст. 2305; № 44. Ст. 5633; 2015. № 48 (часть I). Ст. 6718.
11. СЗ РФ. 2014. № 31. Ст. 4398.

УДК 33

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕНСИФИКАЦИИ УЧЕБНО-НАУЧНОГО ПРОЦЕССА ПО СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»

THE PROSPECTS OF INTENSIFICATION OF THE EDUCATIONAL-SCIENTIFIC PROCESS SPECIALIZATION «ECONOMIC AND LEGAL ECONOMIC SECURITY»

Лебедев Семен Яковлевич
Lebedev Semjon Yakovlevich

Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, Россия, Москва
The Kosygin State University of Russia, Moscow
(e-mail: lebesem@yandex.ru)

Аннотация. Анализируются основные направления интенсификации учебного и научного процесса в образовательном учреждении высшего профессионального образования, обеспечивающие подготовку студентов по специализации «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасность», способных профессионально, квалифицированно оценивать проблемы экономической безопасности на различных уровнях ее обеспечения

(государство, регион, отрасль, предприятие), компетентно решать задачи защиты экономической деятельности от недобросовестных и противоправных посягательств.

Annotation. The main directions of intensification of educational and scientific process in educational institution of higher professional education providing training of students on specialization "Economic and legal ensuring economic security", capable professionally, professionally to estimate problems of economic security at various levels of its providing (the state, the region, the branch, the enterprise), competently to solve problems of protection of economic activity from unfair and illegal encroachments are analyzed.

Ключевые слова: экономическая безопасность; профессиональное образование; предупреждение правонарушений в сфере экономической деятельности.

Key words: economic security; professional education; prevention of offenses in the sphere of economic activity.

Активное развитие системы специального образовательного обеспечения экономической безопасности, предопределенное формированием нового федерального государственного стандарта высшего образования по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» (уровень специалитета), закономерно вызвано к жизни расширением форм и содержания современных угроз безопасности различным сторонам жизнедеятельности личности, общества и государства. Ясно, что подготовка специалистов, способных грамотно, профессионально и, главное, компетентно обеспечивать экономическую безопасность (государственную, региональную, отраслевую, конкретного хозяйствующего субъекта), объективно требует адекватного приоритетным социально-экономическим процессам и оптимального по своим ресурсам профессионального образования с соответствующим структурно-содержательным наполнением. Ко всему прочему, становление подобного образования дополнительно актуализируется развитием цифровой экономики и, поистине, революционными информационно-технологическими инновациями, позиционирующими себя практически во всех сферах социальной жизнедеятельности.

В то же время, традиционно складывавшаяся на протяжении, как минимум, полувекового периода (начиная с 70-х годов прошлого столетия) отечественная система высшего профессионального образования, несмотря на весь свой, некогда, богатейший опыт накопления и передачи научного знания новым поколениям высококвалифицированных специалистов для различных сфер экономики и социального управления, к сожалению, сегодня серьезно отстает от запросов, прежде всего, экономической практики, оторвавшейся в своем инновационном развитии от классических образовательных шаблонов. То есть специалисты столкнулись с явным *противоречием* между, с одной стороны, потребностями современной и, главное, будущей практики безопасного функционирования всех сторон отечественной экономической деятельности, развивающейся по стратегическому вектору суверенизации экономики России и ее активного инновационно-технологического (цифрового) сопровождения, и с другой, - существующими сегодня в учреждениях высшего образования и, большей частью, не отвечающими таким потребностям научными и образовательными ресурсами подготовки квалифицированных специалистов, способных профессионально обеспечивать экономическую безопасность на всех уровнях государственного и общественного устройства.

Объективно такое противоречие является результатом исторически сложившейся в нашей стране системы профессиональной подготовки специалистов для различных традиционных сфер безопасности, главным образом, в образовательных учреждениях так называемого силового блока. Ни для кого не секрет, что на протяжении, по крайней мере, последнего, более чем полувекового периода становления отечественной системы профессионального образования субъект безопасности в нашем отечестве прочно ассоциировался исключительно с деятельностью правоохранительных органов и спецслужб.

В ответ на государственную инициативу формирования, главным образом, в отечественных образовательных учреждениях экономического профиля системы подготовки специалистов для сферы экономической безопасности руководством РГУ имени А.Н. Косыгина в 2015 году было принято решение об аккредитации специальности 38.05.01 Экономическая безопасность (уровень специалитета). На тот момент в университетском Институте экономики и менеджмента, большей частью выполняющего функцию экономического образования в университете, имелся некоторый учебный (дисциплины) и кадровый (профессорско-преподавательский) потенциал, отчасти рассредоточенный по разным кафедрам, в основном общего профиля экономической подготовки, в том числе находящимся за пределами предметного пространства Института. Потому создание в сентябре 2017 г. при Институте специальной кафедры «Экономической безопасности, аудита и контроллинга» стало закономерным продолжением и, в известной степени, первым этапом формирования обозначенной университетом унифицированной образовательной системы профессиональной подготовки по специальности «Экономическая безопасность».

Разумеется, укрепление и расширение в университете учебно-научной базы подготовки специалистов экономической безопасности требует существенной активизации этой работы. Думается, что она возможна исключительно на основе объединения двух главных направлений деятельности любого вуза – *учебного и научно-исследовательского процессов*, - как по формам, так и по содержанию сориентированных на достижение генеральной цели – подготовку высококвалифицированных специалистов для различных отраслей народного хозяйства России, способных профессионально обеспечивать ее экономическую безопасность. При этом следует руководствоваться принципиальным положением, отличающим характеры настоящего и, тем более, будущего развития отечественной и мировой экономики от ее недавнего прошлого, заключающееся в том, что экономическая безопасность сегодня становится не просто одним из обеспечивающих экономику факторов ее устойчивого развития, а одновременно самостоятельным приоритетом любой экономической деятельности, главным условием экономического прогресса страны. Именно такой приоритет обоснован ориентированной более чем на десятилетнюю перспективу развития России Стратегией ее экономической безопасности, утвержденной Президентом РФ в мае 2017 года.

Заявленная активизация обеспечивающего такую специальную образовательную деятельность ресурса предполагает соответствующую *интенсификацию учебно-научного процесса*, реализация которой возможна по двум взаимосвязанным направлениям, условно подразделяемым на:

а) интенсификацию образования по горизонтали;

б) интенсификацию образования по вертикали.

Интенсификация по горизонтали связана с необходимостью интеграции и, отчасти, концентрации в комплексе учебных дисциплин, преподаваемых кафедрой экономической безопасности, аудита и контроллинга всех тех, что могут быть направлены на реализацию ФГОС специальности «Экономическая безопасность». При этом представляется, что с учетом принятой университетом для реализации специальности «Экономическая безопасность» специализации «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» профессорско-преподавательский состав должен быть готов обеспечить гармоничное и сбалансированное преподавание как экономических, так и юридических предметов. Потому в число учебных дисциплин, направленных на формирование соответствующих общих и профессиональных компетенций будущих специалистов экономической безопасности, безусловно, следует включить: основы национальной безопасности; теория и практика экономической безопасности; правовое обеспечение экономической безопасности; основы теории государства и права, конституционного права; основы гражданского и гражданско-процессуального права; основы трудового права; основы земельного права; основы административного и административно-процессуального права; основы финансового и налогового права; основы уголовного права и криминологии,

уголовно-процессуального и уголовно-исполнительного права; основы криминалистики и оперативно-разыскной деятельности; основы международного права; основы предупреждения преступлений в сфере экономической деятельности; основы расследования преступлений в сфере экономической деятельности; судебная экономическая экспертиза; информационно-аналитическое обеспечение экономической безопасности; организация и методика проведения финансовых и налоговых проверок экономической деятельности; аудит; управление и контроллинг в сфере экономической безопасности; финансовая безопасность; организация деятельности государственных и негосударственных структур безопасности; экономика, маркетинг и менеджмент безопасности; бизнес-разведка; технологии, инжиниринг и дизайн экономической безопасности; обеспечение безопасности в особых условиях; предупреждение коррупции и формирование навыков антикоррупционного поведения персонала; специальная подготовка в сфере обеспечения экономической безопасности (материально-техническая, огневая, физическая) и др.

Часть перечисленных учебных дисциплин будет иметь *«сквозное» предназначение*, рекомендованное к преподаванию по другим реализуемым университетом ФГОС, в том числе, не экономического профиля. Такими видятся «Основы национальной безопасности», «Предупреждение коррупции». Они представляются важными для подготовки практически по всем специальностям университета. В дополнение к ним, - «Экономическая безопасность», «Аудит», «Организация и методика проведения налоговых проверок», «Обеспечение безопасности платежных систем и средств», - целесообразно внедрить в учебный процесс по всем экономическим специальностям Института экономики и менеджмента.

Перечень предлагаемых к преподаванию кафедрой учебных дисциплин может быть расширен или унифицирован. Приоритетом такого расширения (унификации) является ориентация на получение обучающимися знаний и формирование соответствующих им умений и навыков, нацеленных на подготовку *выпускников с правоохранительной профессионализацией (правоохранительными компетенциями)*, наряду с обеспечиваемой Институтом в настоящее время так называемой контрольно-ревизионной спецификой. Такой приоритет обусловлен тем, что обучение собственно правоохранительным компетенциям сегодня традиционно находится в ведении ведомственных (правоохранительных) образовательных учреждений (Прокуратура, ФСБ, МВД, СК, МЧС, ФСИН и др.), которые готовят специалистов исключительно для правоохранительных органов. В результате в образовательном «провале» оказалась, по сути, правоохранительная деятельность, связанная с обеспечением экономической безопасности различными негосударственными субъектами хозяйствования, в частности, реализующими свои правоохранительные функции в рамках Федерального закона «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации». Сеть подобных организаций и задействованных в этой деятельности специалистов постоянно расширяется, тогда как необходимая их государственная образовательная подготовка фактически отсутствует. В этих условиях развитие самостоятельного правоохранительного направления в подготовке выпускников РГУ им. А.Н. Косыгина по специальности «Экономическая безопасность» для негосударственных структур безопасности может стать для университета своеобразным образовательным брендом, способным существенно укрепить его имидж и авторитет, как в профессиональном образовательном, так и в правоохранительном, и, несомненно, - в экономическом сообществах.

Одновременно с интенсификацией учебно-научного процесса по специальности «Экономическая безопасность» следует инициировать заключение соответствующих совместных договоров о сотрудничестве с государственными правоохранительными органами, ведущими негосударственными структурами безопасности, в том числе активно функционирующими в крупных авторитетных компаниях, банках, производственных, торговых и иных коммерческих предприятиях и организациях, в целях организации прохождения в них студентами, обучающимися по специализации «Экономико-правовое

обеспечение экономической безопасности», учебных и производственных практик, а также последующей за успешным окончанием университета работы в этих субъектах хозяйственной деятельности в структурах, обеспечивающих их экономическую безопасность. Наряду с развитием подобного сотрудничества с существующими структурами безопасности, предполагается инициация совместной работы с региональными и отраслевыми субъектами хозяйствования по созданию в их структурах новых служб безопасности с аналогичной перспективой прохождения в них студенческих учебных и производственных практик, а также последующей практической работы выпускников.

Предполагается, что вместе с организацией типовых форм научного, образовательного и практического сотрудничества с такими субъектами, последние одновременно будут проводить активную профориентационную работу по привлечению молодых людей к поступлению в университет на специальность «Экономическая безопасность».

Интенсификация по вертикали связана с соответствующими образовательными инновациями в уровнях образования по специальности «Экономическая безопасность». Для этого представляется необходимым:

- формирование новых *специальных магистерских программ* и организация на их основе подготовки магистрантов для их последующей практической деятельности в сферах управления различными системами безопасности, включая обеспечение экономической безопасности государства, регионов, отраслей экономики, предприятий и организаций, в том числе, служб безопасности хозяйствующих субъектов;

- формирование новых специальных программ *переподготовки и повышения квалификации* сотрудников, профессиональная деятельность которых связана с различными системами безопасности, включая обеспечение экономической безопасности государства, регионов, отраслей экономики, предприятий и организаций, в том числе, служб безопасности хозяйствующих субъектов. В дополнение и развитие этого направления целесообразно создание в университете нового самостоятельного внебюджетного конкурентоспособного образовательного контента («Школа безопасности») для *организации подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников различных негосударственных структур безопасности* (включая руководителей таких организаций), обеспечивающих экономическую безопасность хозяйствующих субъектов и действующих в рамках Федерального закона «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации». Реализация такого контента позволит, наряду с собственно образовательными целями, обеспечить дополнительный внебюджетный ресурс развития университета.

Заявленная интенсификация по вертикали предполагает инициацию перед Министерством науки и образования России вопроса об открытии в университете *аспирантуры* (в перспективе, докторантуры) для организации подготовки аспирантами, соискателями и докторантами (в том числе на внебюджетной основе) кандидатских и докторских диссертаций по специальности 08.00.05 - "Экономика и управление народным хозяйством" (Экономическая безопасность).

Соответственно, вслед за решением вопроса об аспирантуре, логичным представляется *открытие в существующем диссертационном совете при РГУ им. А.Н. Косыгина* по специальности 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность; экономика труда), экономические науки» *дополнительной специальности «Экономическая безопасность»* с привлечением к ее обеспечению известных и высокоавторитетных отечественных ученых и специалистов из других профессиональных сфер.

В целях активизации научно-исследовательской деятельности, в том числе связанной с интенсификацией учебного процесса по специальности «Экономическая безопасность» планируется создание при кафедре *научно-исследовательской лаборатории развития технологий экономической безопасности*. Деятельность Лаборатории призвана создать организационно-научную основу достижения стратегической цели – образования в университете в ближайшей перспективе *Научно-образовательного центра инновационно-технологического обеспечения экономической безопасности,* объединяющего научно-исследовательский потенциал сотрудников университета, аспирантов, докторантов, студентов и практических работников,

ориентирующихся на решение проблем экономической безопасности, развитие инновационных технологий и дизайна безопасности, разработку направленных на совершенствование систем экономической безопасности государства, его регионов, отдельных отраслей экономики и конкретных предприятий и организаций среднесрочных и долгосрочных целевых программ экономической безопасности (например, «Безопасная отрасль экономики», «Услуги безопасности», «Безопасный бизнес», «Безопасность предприятия», «Безопасный продукт производства» и др.), внедрения их в практику экономической деятельности и учебный процесс Института экономики и менеджмента. Разработка и внедрение подобных программ способны стимулировать и обеспечивать привлечение дополнительных финансовых ресурсов развития внебюджетной базы университета.

Перспективным направлением научного обеспечения университетской подготовки специалистов для сферы экономической безопасности и, одновременно, повышения творческой (в том числе, рейтинговой) активности профессорско-преподавательского коллектива должен стать выпуск собственного научно-популярного издания (журнала), посвященного разработке и решению проблем экономической безопасности. Свой журнал способен не только существенно расширить интеллектуальное пространство для обеспечения востребованности творческого потенциала ученых и специалистов, но и интенсифицировать профессиональную популяризацию кафедральных научных достижений.

Аналогичным эффектом должно отличаться развитие новых форм пропаганды инновационных идей и решений, связанных с разработкой проблем экономической безопасности через организацию ежегодных массовых научно-практических мероприятий (семинаров, конференций, круглых столов, симпозиумов, выставок и др.), в том числе, международных, посвященных разработке и активному профессиональному обсуждению и коллективному решению инновационных проблем экономической безопасности, способных привлечь к университету новое профессиональное внимание интеллектуальной элиты страны и лидеров различных секторов ее экономики.

Предполагается, что любое из предложенных перспективных направлений развития университетской системы подготовки специалистов для сферы экономической безопасности будет регулярно наполняться соответствующими перспективными информационными, техническими, технологическими, интеллектуальными и прочими инновационными ресурсами, направленными на интенсификацию и оптимизацию учебно-научного процесса в рамках образовательного обеспечения ФГОС специализации «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасность» и, тем самым, придаст развитию Университета дополнительный позитивный инновационный импульс.

УДК 343.9.01

ВИКТИМОЛОГИЯ ПРОТИВ ПРЕСТУПНОСТИ
VICTIMOLOGY AGAINST CRIME

Уткин Валерий Александрович
Utkin Valery Aleksandrovich

Московский Университет МВД РФ им. В.Я. Кикотя, Россия, Москва
Moscow University MIA RF in the name of V.Y. Kikot, Russia, Moscow
(e-mail: V6906807@yandex.ru)

Аннотация: рассматривается виктимологическая профилактика как одна из основных частей предупреждения преступности, ее организационно-правовая основа и информационно-аналитическое обеспечение.

Abstract: victimological prevention is considered as one of the main parts of crime prevention, its organizational and legal basis and information and analytical support.

Ключевые слова: преступность, витимология, виктимологическая профилактика, жертва преступления, защита жертв преступлений.

Keywords: crime, vitimology, victimological prophylaxis, victim of crime, protection of victims of crime.

Виктимологическая профилактика преступлений является составной частью специального предупреждения преступлений и направленна на защиту лиц, предрасположенных стать жертвами преступлений, воздействие на способствующих этому ситуаций. Таким образом виктимологической профилактике, как и в целом предупреждению преступлений, отводится первостепенное значение в защите прав и свобод граждан и безопасности в обществе. Криминологическая обстановка в стране сложная и требует соответствующего реагирования на нее.

В 2018 г. от преступных посягательств погибло 26,0 тысяч человек, здоровью 41,0 тысяч человек причинен тяжкий вред, ущерб от преступлений составил 563,1 млрд. руб. [4] При этом половина зарегистрированных преступлений остаются нераскрытыми, потерпевшим не возмещен ущерб, а по имущественным преступлениям таких категорий еще больше. Максимальное задействование потенциала виктимологической профилактики может существенно повлиять на сокращение преступности и уменьшение ее негативного влияния на многих граждан.

В условиях сокращения экономических ресурсов на правоохранительную деятельность активизация активиктимных потенциальных возможностей жертв убережет их от причинения преступлением физического и материального вреда. Для этого субъектам профилактики необходимо усилить это направление противодействия преступности, сделав его системным и целенаправленным, обеспечив соответственную подготовку сотрудников правоохранительных органов, и тем самым реально исполнять требования законов о защите жизни, здоровья, прав и свобод граждан, используя предоставленные полномочия и возможности предупреждения преступности, научные разработки, практически оправдавший себя у нас в стране и за рубежом опыт применения антивиктимных мер. А главное, добиться изменения психологии низкой гражданской активности по защите жертв преступлений, неумения граждан защититься от преступных посягательств.

Решение задач предупреждения преступности виктимологической профилактикой, суть которой в недопущении преступлений и соответственно вреда от них, трудно переоценить.

Организационно-правовую основу виктимологической профилактики органов внутренних дел составляют положения и нормы, входящие в систему международного, федерального, регионального и ведомственного уровня.

Общие принципы, основы виктимологической профилактики, которыми должны руководствоваться органы внутренних дел, закреплены в профильных международных правовых актах и договорах, которые ратифицированы Российской Федерацией:

- Всеобщая декларация прав человека от 10.12.1948 г.;
- Декларация основных принципов правосудия для жертв преступлений и злоупотребления властью (принята 29.11.1985 г. Резолюцией №40/34 Генеральной Ассамблеи ООН;
- Европейская конвенция по возмещению ущерба жертвам насильственных преступлений (ETS №116 заключена в Страсбурге 24.11.1983 г.);
- Модельный закон о государственной защите потерпевших, свидетелей и других лиц, содействующих уголовному судопроизводству (принят 06.12.1997 Постановлением 10-14 на 10-м пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ) и некоторые другие.

Международные правовые акты закрепляют основополагающие принципы защиты жертв преступлений, минимальные стандарты для государств – участников этих договоров. Положения международных документов служат основой для развития национального

законодательства и служат гарантией для защиты основополагающих прав и свобод человека и гражданина.

Положения, определяющие направления защиты жертв преступлений, закреплены в Конституции РФ. В статьях 20, 21, 23 сформулированы обязанности государства по защите жизни, здоровья, чести, достоинства, собственности, законов, уважению прав и законных интересов граждан. [1]

В ст. 52 определено, что права потерпевших от преступлений и злоупотреблений властью охраняются законом. Государство обеспечивает потерпевшим доступ к правосудию и компенсацию причиненного ущерба.

Составной частью системы правовых норм, регулирующих содержание виктимологической профилактики, полномочия ее субъектов являются федеральные законы Российской Федерации:

- О полиции;
- Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации;
- Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних;
- О безопасности;
- Об оперативно-розыскной деятельности;
- О противодействии экстремизму;
- О транспортной безопасности.
- О государственной защите потерпевших, свидетелей и иных участников судопроизводства.

В перечисленных законах заложены организационные и правовые основы деятельности государства, должностных лиц и граждан по защите общества, групп населения и отдельных граждан от противоправных посягательств, минимизации от них ущерба и иных негативных последствий.

Обязательные предписания виктимологической направленности содержатся в указах Президента Российской Федерации. В статье 3 Стратегии национальной безопасности Российской Федерации определены угрозы, создающие возможность нанесения ущерба гражданам и государству, к которым отнесена и преступность. Поставлена задача создания единой государственной системы профилактики преступлений, использования специальных мер, направленных на снижение уровня криминализации общественных отношений. [3]

Следует отметить, что эта задача успешно реализуется. Принят Федеральный закон от 23.06.2016 г. № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации». [2] На законодательном уровне впервые закреплен ряд положений виктимологической профилактики. Защита личности, общества и государства от преступных посягательств отнесена к основному направлению профилактики, реализация которого осуществляется путем выявления пострадавших от преступлений или подверженных риску стать таковыми, находящихся в трудной жизненной ситуации, оказывать необходимую помощь. Виктимологический аспект нашел отражение в определениях видов профилактики, предусмотрены меры антивиктимогенного воздействия.

Отдельно необходимо указать значение уголовного законодательства, которое регламентирует имеющие отношение к виктимологической профилактике вопросы необходимой обороны, крайней необходимости, причинение вреда при задержании лица, совершившего преступление и ряд других положений, имеющих отношение к защите жертв преступления. Уголовно-процессуальное законодательство – обеспечение доказывания и возмещения причиненного преступлением ущерба, порядок признания лица потерпевшим, его права и обязанности. Нормы гражданского и семейного права дают правовые основания применения в определенных случаях к отдельным гражданам с виктимными качествами мер по ограничению прав потенциальной жертвы в целях ее безопасности и окружающих. Наконец, правовое регулирование ряда аспектов виктимологической профилактики осуществляют локальные региональные нормативные акты. Например, в столице принят ряд таких документов, успешно регулирующих решение местных вопросов безопасности города и конкретных граждан. Это

законы г. Москвы «О единой системе профилактики преступлений в городе Москве» от 19.03.2008 г. №14, Государственная программа города Москвы «Безопасный город» (в ред. ПП от 27.03.2018 г. № 230-ПП). Осуществление виктимологических мер проводится исходя из нескольких последовательно выстроенных этапов.

Первым этапом является сбор информации о жертвах и потерпевших от преступлений, оценка ситуации, сопутствующей преступным действиям и способам противостояния им. К сожалению, исследования практики показывают, что глубокого аналитического изучения указанных аспектов не проводится и центральными фигурами в криминологическом анализе являются лица, совершившие преступления. Без знания характеристик потерпевших невозможно выработать эффективные профилактические меры.

На втором этапе важно провести целевую разъяснительную работу о жертвах преступлений и как ими не стать, используя потенциал личной защиты.

И основным этапом является практическая реализация мер индивидуальной и общей виктимологической профилактики, помогающей избежать криминогенные ситуации, изменить отношение к сохранности личного имущества, разъяснение правовых вопросов обеспечения безопасности на объектах или определенной территории.

Информационно-аналитическое обеспечение виктимологической профилактики включает:

- сбор статистической отчетности, информации о выявленных преступлениях (Ф-1), установленных за их совершение лиц (Ф-2), о потерпевших (Ф-5) и результатах профилактической работы;

- получение иных сведений для оценки виктимологической профилактики, выявление латентных преступлений на территории или объекте, для определения степени защиты граждан (опрос общественного мнения, мониторинг СМИ, рассмотрение жалоб, заявлений и отзывов граждан и юридических лиц);

- расчет коэффициентов преступности и виктимности для выделения наиболее криминогенных объектов или территорий, информирование граждан о повышенной опасности стать жертвой преступления; подготовка предложений по принятию соответствующих профилактических мер (плакатов, публикаций в СМИ и интернете, выступлений в СМИ о необходимости бдительного и осмотрительного поведения в общественных местах);

- отражение виктимилогического состояния преступности в ежемесячных аналитических обзорах;

- в целях активизации участия граждан в противодействии преступлениям подготовка информации о преступности на территории оперативного обслуживания или объекте о местах, способах и других обстоятельствах совершения преступлений;

- подготовка предложений в планы и программы предупреждения преступности для рассмотрения муниципальными властями причин ухудшения виктимологической обстановки;

- организация взаимодействия в проведении виктимологических профилактических мероприятий с другими государственными и общественными организациями, связанными с обеспечением безопасности.

В заключении необходимо сделать вывод, что виктимологическая профилактика регламентируется значительным числом нормативных актов различного уровня. Однако несмотря на то, что они не систематизированы и недостаточно четко определяют ряд положений этой важной деятельности, они создают организационно-правовую базу для профилактической работы с потенциальными и реальными жертвами преступлений.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // СПС Консультант Плюс.
2. Федеральный закон от 23.06.2016 г. № 182-ФЗ «Об основах системы профилактики правонарушений в Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс.
3. Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации" // СПС Консультант Плюс.
4. Сайт Министерства внутренних дел Российской Федерации https://мвд.рф/

УДК 34.343.9

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИИ
SOME PROBLEMS OF ENSURING ECONOMIC SECURITY IN RUSSIA

Гладких Виктор Иванович
Gladkikh Viktor Ivanovich

Московский городской педагогический университет, Россия, Москва
Moscow City Pedagogical University, Russia, Moscow
(gladkich04@mail.ru)

Аннотация: Рассмотрены проблемы уголовной политики в сфере противодействия экономической преступности за последние годы, отмечена непоследовательность законодательных и правоприменительных мер, применяемых к субъектам криминальной экономики.

Annotation: The problems of criminal policy in the field of combating economic crime in recent years are considered, the inconsistency of legislative and law enforcement measures applied to the subjects of the criminal economy is noted.

Ключевые слова: экономическая преступность, криминальный бизнес, уголовная политика, уголовная ответственность.

Keywords: economic crime, criminal business, criminal policy, criminal liability.

Начиная с 2008 года, в бытность президентом страны Д.А. Медведева, в России начался новый этап уголовной политики в сфере противодействия экономической преступности, ознаменовавшийся резким поворотом в сторону либерализации уголовного законодательства, предусматривающего ответственность за преступления, совершаемые в сфере экономической деятельности (глава 20 УК РФ). Предшествовали такому курсу ставшие с тех пор мемом слова Д.А. Медведева «хватит кошмарить бизнес!». Этому способствовали многочисленные случаи не всегда обоснованного давления на бизнес со стороны большого числа властных структур, в первую очередь правоохранительных органов. Нередко представители органов внутренних дел, следственных подразделений многочисленными проверками, запросами буквально парализовывали деятельность отдельных бизнесменов и коммерческих структур. Делалось это под видом контроля за законностью и прозрачностью предпринимательской деятельности, хотя фактически такие «наезды» нередко имели заказной характер со стороны конкурирующих коммерческих структур, либо имели под собой банальную коррупционную подоплеку.

Результатом такой либерализации, во многом пролоббированной предпринимательским сообществом под эгидой института уполномоченного Российской Федерации по делам предпринимателей, возглавляемого Б.Ю. Титовым, стал ряд организационных и законодательных решений, направленных на полную или частичную декриминализацию ряда экономических составов преступлений. В частности, из уголовного кодекса исчезли нормы, предусматривающие ответственность за лжепредпринимательство, заведомо ложную рекламу, товарную контрабанду. В большинстве экономических составов, в частности в нормах об ответсвенности за налоговые и таможенные преступления, был существенно повышен размер крупного ущерба, дохода в крупном и особо крупном размерах, сумм недоимок, с которых начиналась уголовная ответственность. Причем это в первую очередь коснулось наиболее так называемых работающих уголовно-правовых норм, то есть тех, по которым реально привлекалось значительное число представителей бизнеса.Дело в том, что УК РФ, в частности главе 20-й – «Преступления в сфере экономической деятельности» присутствует много практически не востребованных или мало востребованных норм, по которым в течение длительного времени либо вообще не возбуждаются уголовные дела,

либо их число чрезвычайно незначительно. Это, к примеру, касается таких составов, как воспрепятствование законной предпринимательской или иной деятельности (ст. 169 УК РФ), фальсификация единого государственного реестра юридических лиц, реестра владельцев ценных бумаг или системы депозитарного учета (ст. 170.1 УК РФ), фальсификация финансовых документов учета и отчетности финансовой организации (ст. 172.1 УК РФ), злостное уклонение от раскрытия или предоставления информации, определенной законодательством Российской Федерации о ценных бумагах (ст. 185.1 УК РФ), нарушение порядка учета прав на ценные бумаги (ст. 185.2 УК РФ), манипулирование рынком (ст. 185.3 УК РФ), воспрепятствование осуществлению или незаконное ограничение прав владельцев ценных бумаг (ст. 185.4 УК РФ), фальсификация решения общего собрания акционеров (участников) хозяйственного общества или решения совета директоров (наблюдательного совета) хозяйственного общества (ст. 185.5 УК РФ), неправомерное использование инсайдерской информации (ст. 185.6 УК РФ) и ряда других.

Отдельного разговора требует история уголовной ответственности за совершение мошенничества в сфере предпринимательской деятельности (существовала в УК РФ с 29 ноября 2012 года до 3 июля 2016 года). Изначально эта статья представляла собой привилегированный состав мошенничества, явно пролоббированный предпринимательским сообществом. Данный состав предусматривал уголовную ответственность за преднамеренное неисполнение договорных обязательств в сфере предпринимательской деятельности. Вместе с тем, в отличие от других видов мошенничества, он предусматривал гораздо менее строгое наказание (мксимальное – лишение свободы до пяти лет, в то время как за другие виды мошенничества этонаказание предусматривает лишение свободы до десяти лет). Отсутствовал в данной статье такой квалифицирующий признак, как совершение указанного деяния группой лиц по предварительному сговору. В результате по решению Конституционного Суда России данная норма утратила силу[16]. Однако в июле 2016 года в основной состав мошенничества – статью 159 УК РФ – были введены части 5-7, предусматривающие ответственность за мошенничество в сфере предпринимательской деятельности, совершенное соответственно с причинением значительного ущерба, в крупном и особо крупном размерах. Несмотря на то, что норма о мошенничестве вернулась в уголовный закон, применение ее ограничивалось более узким, в сравнении с другими видами мошенничества, спектром воздействия – суммы ущерба и размера, с которого начиналась уголовная ответственность, были гораздо большими, чем в других мошеннических составах – соответственно, они должны были превышать десять тысяч, три миллиона и двенадцать миллионов рублей. Кроме того, опять-таки законодатель не предусмотрел, как в других составах мошенничества, совершение предпринимательского мошенничества группой лиц по предварительному сговору или организованной группой. Создавалось впечатление, что такие деяния совершаются исключительно преступниками одиночками.

Итогом этой законодательной реформации стало то, что начиная с 2012 года и далее количество выявленных и зарегистрированных преступлений в сфере экономической деятельности уменьшилось примерно в четыре с половиной раза – с 460 тысяч до 109 тысяч преступлений в 2018 году[17]. Помимо этого, были внесены соответствующие изменения в уголовно-процессуальное законодательство, ограничивающее случаи избрания в отношении преступников-предпринимателей такую меру пресечения, как содержание под стражей.

Казалось бы, такие меры в значительной степени ослабили правоохранительное давление на бизнес. Между тем, как ни странно, предпринимательское сообщество это не устроило. Со стороны предпринимательских структур продолжаются сыпаться обвинения в предвзятости

[16] Постановление Конституционного Суда РФ от 11.12.2014 N 32-П "По делу о проверке конституционности положений статьи 159.4 Уголовного кодекса Российской Федерации в связи с запросом Салехардского городского суда Ямало-Ненецкого автономного округа"- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_134843/

[17] Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь - декабрь 2018 года- https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/16053092/

правоохранителей, в необъективности их подхода к правовой оценке совершаемых в экономической деятельности деликтов. Особое неприятие вызывают два фактора. Первый касается понятия преднамеренного неисполнения договорных обязательств в сфере предпринимательской деятельности. Понятие преднамеренности прямо указывает на умышленную форму содеянного, когда у виновного лица был заранее обдуманный умысел на неисполнение указанных обязательств. Между тем, лица, обвиняемые в совершении преднамеренного неисполнения договорных обязательств, практически всегда утверждают, что такого умысла у них не было, а неисполнение обязательств было вызвано целым рядом объективных либо экономических, либо управленческих, либо финансовых проблем, которые всегда присутствуют в коммерческой деятельности, основанной на риске. В этом есть определенная логика, и на практике иногда очень сложно, а часто невозможно отличить умысел на совершение мошеннических действий от форсмажорных обстоятельств и коммерческого риска. Если такого умысла не удалось обнаружить, нельзя квалифицировать содеянное как преступление, а все предпринимательские споры лежат в плоскости гражданско- правовых отношений. Между тем, на практике правоохранители, либо в силу правовой неграмотности, либо в стремлении повысить показатели своей работы, не утруждают себя в поиске объективного, непредвзятого, основанного на законе подхода к уголовно-правовой оценке каждого случая неисполнения договорных обязательств. Статья о мошенничестве для этого – самая благодатная. Делать показатели по другим экономическим составам гораздо сложнее в силу необходимости проводить большую экспертную и квалификационную работу.

Второй фактор – нередкое вменение по совокупности с экономическими составами такого преступления, как организация преступного сообщества (преступной организации) или участие в нем (ней) – статья 210 УК РФ. Предприниматели категорически не приемлют такой оценки даже в случае доказанности совершения других экономических преступлений, мотивируя свою позицию тем, что пониятие преступного сообщества (преступной организации) никак не распространяется на преступления в сфере экономической деятельности, в том числе мошенничества[18]. В их понимании преступное сообщество – это сфера действия так называемой общеуголовной преступности, костяк которой составляют кражи, грабежи разбои, вымогательство и т.п. Между тем, закон ни коим образом не ассоциирует преступное сообщество исключительно с такой сферой преступной деятельности и распространяет его на любые действия, совершенные структурированной организованной группой или объединением организованных групп, действующим под единым руководством, члены которых объединены в целях совместного совершения одного или нескольких тяжких либо особо тяжких преступлений для получения прямо или косвенно финансовой или иной материтальной выгоды (часть 4 статьи 35 УК РФ).

Данный вопрос был затронут на пресс-конференции В.В. Путина 20 июня 2019 гогда. По его мнению, нельзя автоматически вменять статью 210 УК РФ предпринимателям по совокупности с другими преступлениями и дал задание Верховному Суду РФ и другим правоохранительным структурам выработать более объективные законодательные и правоприменительные подходы к уголовно-правовой оценке преступлений в сфере предпринимательской деятельности, совершенных в различных формах соучастия.

Так или иначе, противодействие экономической преступности в России за последние годы отмечается разновекторными подходами. Несмотря на то, что число выявленных преступлений в сфере экономики последовательно снижается, практика их уголовно-правовой оценки свидетельствует о незначительном ослаблении силового давления на бизнес со стороны различных правоохранительных структур. В то же время стремление бизнеса полностью выйти из-под контроля силовых структур не способствует эффективному противодействию криминальной экономики.

[18] Сергей Юсов. «Преступное сообщество» как инструмент следователей в делах чиновников и предпринимателей. 23 апреля 2019 года - https://dailystorm.ru/obschestvo/statya-prestupnoe-soobshchestvo-kak-instrument-sledovateley-v-delah-chinovnikov-ipredprinimateley?fbclid=IwAR3F2B ehT2eq A6 Dwp M7THYdUPzhrHR6aA-71hhcf8wZUWGiN1GYTFJlKDMc

Отмеченное свидетельствует о необходимости разработки более взвешенного подхода к противодействию экономической преступности, свободного от обеих крайностей: с одной стороны, полного ухода криминалитета от предусмотренной законом ответственности, с другой, чрезмерного вмешательства правоохранителей в сугубо коммерческие проблемы, которые в ряде случаев можно и нужно решать неуголовно-правовыми средствами.

Список литературы

1. Постановление Конституционного Суда РФ от 11.12.2014 N 32-П "По делу о проверке конституционности положений статьи 159.4 Уголовного кодекса Российской Федерации в связи с запросом Салехардского городского суда Ямало-Ненецкого автономного округа"- http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_134843/

2. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь - декабрь 2018 года- https://xn--b1aew.xn--p1ai/reports/item/16053092/

3. *Сергей Юсов.* «Преступное сообщество» как инструмент следователей в делах чиновников и предпринимателей. 23 апреля 2019 года - https://dailystorm.ru/obschestvo/statya-prestupnoe-soobshchestvo-kak-instrument-sledovateley-v-delah-chinovnikov-ipredprinimateley?fbclid=IwAR3F2B ehT2eq A6 Dwp M7THYdUPzhrHR6aA-71hhcf8wZUWGiN1GYTFJlKDMc

Научное издание

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОСЫГИНСКИЙ ФОРУМ «СОВРЕМЕННЫЕ ЗАДАЧИ ИНЖЕНЕРНЫХ НАУК»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СИМПОЗИУМ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Сборник научных трудов

Часть 1

29-30 октября 2019 г.

Технический редактор
Зернова Л.Е.

Подготовка макета к печати
Николаева Н.А.

Материалы публикуются в авторской редакции