

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»



МАТЕРИАЛЫ **V Международной научной конференции**

Донецкие чтения 2020:
образование, наука, инновации,
культура и вызовы современности

Том 3

Донецк
17 – 18 ноября 2020 г.

Экономические науки. Часть 1

Уважаемые коллеги!



Ставшая уже регулярной политематическая V Международная научная конференция «Донецкие чтения: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности», которая в нынешнем 2020 году проводится Донецким национальным университетом в дистанционной форме, приобретает все больший интерес в отечественном и зарубежном научно-образовательном пространстве. Постоянно расширяется состав ее участников, перечень выносимых на обсуждение проблем, тематика научных презентаций.

Спектр представляемых на конференции исследований позволяет констатировать дальнейшее расширение областей сотрудничества, творческого взаимодействия и научных обменов, а также качественное углубление интеграционных связей ученых и педагогов университета, научных организаций – участников академического консорциума «Научно-образовательный и инновационный комплекс ДонНУ», а также всей отрасли науки и образования Донецкой Народной Республики с научно-образовательным сообществом Русского Мира. Все более интенсивными, насыщенными и плодотворными становятся наши творческие контакты с учеными множества зарубежных государств.

Сборник трудов конференции является 9-томным изданием, включающим 13 книг. Свои доклады на конференцию по результатам выполненных фундаментальных и прикладных исследований в области актуальных проблем естественно-математических, технических и социально-гуманитарных наук прислали известные специалисты и молодые ученые из многочисленных научно-образовательных организаций, представляющие помимо Донецкой и Луганской Народных Республик – Российскую Федерацию, Республику Южная Осетия, Приднестровскую Молдавскую Республику, Республику Узбекистан, Социалистическую Республику Вьетнам. Как и в предшествующие годы, значительная часть освещаемых в докладах результатов является плодом совместных исследований международных научных коллективов.

Обращаясь с пожеланиями успешной работы конференции хочу выразить мнение, что ее проведение бесспорно будет способствовать решению новых важнейших фундаментальных и прикладных задач научного познания, внесет свой вклад в инновационное развитие, в дальнейшее укрепление творческих контактов ученых, педагогов, деятелей культуры и искусства стран-участниц!

Ректор,
доктор физико-математических
наук, профессор

С.В. Беспалова

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики
Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»

V Международная научная конференция

Материалы
конференции

Том 3

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
НАУКИ**

Часть 1

Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности

г. Донецк
17-18 ноября 2020 г.

Донецк
Издательство ДонНУ
2020

ББК У.я431
УДК 33(043.2)
Д672

Редакционная коллегия:

С.В. Беспалова (главный редактор), М.В. Фоменко (отв. секретарь),
В.А. Дубровина, В.И. Сторожев, Ю.Н. Полшков, А.А. Кужелева

Д672 Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы V Международной научной конференции (Донецк, 17-18 ноября 2020 г.). – Том 3: *Экономические науки. Часть 1* / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2020. – 422 с.

Ответственность за содержание статей, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок несут авторы статей.

В первую часть третьего тома материалов V Международной научной конференции «Донецкие чтения 2020: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» вошли исследования по актуальным проблемам экономических наук. Рассматриваются вопросы в области экономики предприятия, менеджмента, маркетинга, управления персоналом и экономики труда, прикладной экономики, математических методов и моделей, национальной и региональной экономики.

Освещенные в сборнике проблемы и направления их решения будут полезны студентам и аспирантам, преподавателям, специалистам-практикам, проводящим исследования в сфере экономики.

ББК У.я431
УДК 33(043.2)

© Коллектив авторов, 2020

© Донецкий национальный университет, 2020

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель:

Беспалова С.В., д-р физ.-мат. наук, профессор, ректор Донецкого национального университета (г. Донецк)

Заместитель председателя:

Бабурин С.Н., д-р юрид. наук, профессор, главный научный сотрудник Института государства и права РАН, Президент Международной славянской академии наук, образования, искусств и культуры, Президент Ассоциации юридических вузов (г. Москва)

Члены программного комитета:

Аваков С.Ю., д-р экон. наук, профессор, ректор Таганрогского института управления и экономики (г. Таганрог)

Андреев Д.А., канд. ист. наук, доцент, заместитель декана по научной работе исторического факультета Московского государственного университета (г. Москва)

Аноприенко А.Я., канд. техн. наук, профессор, ректор Донецкого национального технического университета (г. Донецк)

Беспалова Т.В., д-р филос. наук, руководитель Отдела государственной культурной политики Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д.С. Лихачева (г. Москва)

Болнокин В.Е., д-р техн. наук, профессор, гл. науч. сотр., руководитель Центра подготовки научных кадров ФГБУН «Институт машиноведения им. А.А. Благонравова» (г. Москва)

Воронова О.Е., д-р филол. наук, профессор, профессор кафедры журналистики, руководитель Есенинского научного центра Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина, член Общественной палаты Российской Федерации, член Союза писателей и Союза журналистов России (г. Рязань)

Зайченко Н.М., д-р техн. наук, профессор, ректор Донбасской национальной академии строительства и архитектуры (г. Макеевка)

Качалов Р.Н., и.о. ректора ГОУ ВПО «Донецкая государственная музыкальная академия имени С.С. Прокофьева» (г. Донецк)

Кишкань Р.В., председатель Государственного комитета по экологической политике и природным ресурсам при Главе Донецкой Народной Республики (г. Донецк)

Ковалев А.М., д-р физ.-мат. наук, профессор, директор ГУ «Институт прикладной математики и механики» (г. Донецк)

Кожухов И.Б., д-р физ.-мат. наук, профессор, профессор кафедры высшей математики НИУ «Московский институт электронной техники» (г. Москва)

Минаев А.И., д-р ист. наук, профессор, ректор Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина (г. Рязань)

Нечаев В.Д., д-р полит. наук, ректор Севастопольского государственного университета (г. Севастополь)

Полищук В.С., д-р техн. наук, директор ГУ «Научно-исследовательский институт «Реактивэлектрон» (г. Донецк)

Половян А.В., д-р экон. наук, профессор, Министр экономического развития Донецкой Народной Республики, и.о. зав. кафедрой менеджмента Донецкого национального университета (г. Донецк)

Приходько С.А., канд. биол. наук, ст. науч. сотр., директор ГУ «Донецкий ботанический сад» (г. Донецк)

Решидова И.Ю., канд. физ.-мат. наук, и.о. директора ГУ «Донецкий физико-технический институт им. А.А. Галкина» (г. Донецк)

Рябичев В.Д., д-р техн. наук, профессор, ректор Луганского государственного университета имени Владимира Даля (г. Луганск)

Савоськин М.В., канд. хим. наук, ст. науч. сотр., директор ГУ «Институт физико-органической химии и углехимии им. Л.М. Литвиненко» (г. Донецк)

Скафа Е.И., д-р пед. наук, профессор, проректор по научно-методической и учебной работе Донецкого национального университета (г. Донецк)

Соболев В.И., д-р биол. наук, профессор кафедры здоровья и реабилитации Крымского Федерального университета им. В.И. Вернадского (г. Ялта)

Сторожев В.И., д-р техн. наук, профессор, проректор по научной и инновационной деятельности Донецкого национального университета (г. Донецк)

Тедеев В.Б., канд. техн. наук, профессор, ректор Юго-Осетинского государственного университета имени А.А. Тибилова (г. Цхинвал)

Третьяков В.Т., профессор, декан Высшей школы телевидения Московского государственного университета (г. Москва)

Шемякина Н.В., канд. экон. наук, доцент, и.о. директора ГУ «Институт экономических исследований» (г. Донецк)

Экономика предприятия

УДК 336.22

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Балакай О.Б., канд. экон. наук, доц., *Шатрова Л.Г.*
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР
donbassla@mail.ru

Введение. В период развития системы налогообложения в Донецкой Народной Республике актуальными представляются вопросы, связанные с легализацией и одновременной оптимизацией налогообложения предприятий и организаций. В современных условиях налоги являются основным источником пополнения бюджета государства, что обеспечивает финансирование его деятельности. Осуществление налогового планирования приводит к упорядочению налоговых отношений между государством и предприятиями.

Целью исследования является анализ теоретических подходов к определению и составляющим налогового планирования и налоговой оптимизации на предприятии.

Основные результаты. Возможность использования налогового планирования заложена в налоговом законодательстве, которое предусматривает определенные налоговые режимы для разных ситуаций. При этом допускается множество методов для исчисления налоговой базы, а также предлагаются различные налоговые льготы, если они будут действовать в разрешенных органами государственной власти направлениях.

Налоговым планированием можно понимать способы выбора оптимального сочетания построения правовых форм отношений и возможных вариантов их интерпретации в рамках действующего налогового законодательства [3, с. 164].

В качестве объекта налогового планирования, выделяют те отношения предприятия с государством, которые появляются в ходе формирования доходов бюджетов всех уровней и материализующиеся в его налоговых платежах.

Необходимо обозначить правоприменительный аспект налогового планирования, который заключается в полном и правильном применении налогоплательщиком всех установленных налоговым законодательством льгот и прочих положений, в оценке позиций налоговых органов относительно вопросов толкования и применения актов о налогах и сборах и анализ главных направлений бюджетной, налоговой и инвестиционной политики государства. Эффективно образованная система налогового

планирования дает возможность оптимально сократить расходы на уплату налогов и сборов, учитывая специфику каждого субъекта хозяйствования.

Одной из главных задач, решаемой с помощью налогового планирования, можно считать выбор оптимальной формы налогообложения и снижения налоговой нагрузки на бизнес. При этом выбранные методы и способы налогового планирования не должны противоречить действующему законодательству. В случае, если налоговое планирование выходит за рамки законных способов, то планирование обретает форму уклонения от уплаты налогов [2, с. 189].

Необходимо понимать, что налоговые платежи в значительной степени влияют на расходы организации, что приводит к необходимости их планирования, оптимизации. Целесообразно начинать процесс налогообложения в организации с налогового планирования, так как это позволит выбрать наиболее приемлемый режим налогообложения.

Для проведения налоговой оптимизации на предприятиях следует придерживаться ряда принципов:

- законности проводимых операций – способы оптимизации налогов не должны противоречить действующему налоговому законодательству;
- осмотрительности – оптимизация должна основываться на логическом использовании недостатков в законодательстве, а не создании искусственных схем занижения налогов;
- последовательности – избранные инструменты налогового планирования должны формировать схему оптимизации, присущую конкретному предприятию, основанного на соблюдении его типовых хозяйственных операций;
- умеренности – получение максимальной выгоды с минимальными затратами за соблюдение законности начисления и уплаты налогов;
- эффективности – затраты на проведение мероприятий по оптимизации налогового планирования должны превышать полученную экономию от минимизации налогообложения.

Оптимизация налогового планирования предусматривает составление планов, основанных на определенных схемах расчета налогов, сборов и платежей. Они основываются на предварительно разработанных текущих финансовых планах. Это, в частности, планы доходов и расходов по операционной деятельности, планы поступления и расходования средств, балансовые планы, планы формирования и использования финансовых ресурсов. На практике большинство предприятий сводят такие расчеты лишь до составления плановых расчетов сумм налоговых платежей в разрез их видов по срокам их уплаты. Однозначно определить налоги, обеспечивающие наибольшее уменьшение финансовых ресурсов предприятия невозможно, поэтому налоговое планирование в направлении налоговой минимизации нужно проводить с учетом особенностей каждого предприятия и в отдельных случаях. Для этого следует, на наш взгляд, придерживаться следующих шагов:

- постановка задачи;
- анализ ситуации и законодательных актов;
- разработка конкретных мероприятий;
- внедрение и выполнение запланированных мероприятий;
- защиту от рисков и последствий.

Заключение. В результате можно сделать следующие выводы. Оптимизация налогообложения представляет собой эффективное и продуманное планирование налоговых платежей, которое не противоречит действующему законодательству и позволяет достичь максимальных результатов поставленных целей, построить наиболее выгодную модель минимизации налоговых расходов.

Под налоговым планированием можно понимать способы выбора оптимального сочетания построения правовых форм отношений и возможных вариантов их интерпретации в рамках действующего налогового законодательства между предприятием и органами доходов и сборов.

Налоговая система ДНР имеет нормативную основу в виде Закона о налоговой системе, в котором прописаны элементы республиканских и местных налогов и сборов, специальные налоговые режимы, права и обязанности налогоплательщиков, полномочия органов доходов и сборов [3]. Налогоплательщикам представлен ряд возможностей в решении вопросов минимизации налогового бремени, поэтому главными задачами остаются изучение налогового законодательства ДНР, мониторинг изменений законодательства, и выбор направлений и методов, оптимальных для конкретной организации и специфики ее деятельности. Вместе с тем в настоящее время в мировой практике разработаны различные подходы к вопросам налогового планирования, которые могут быть использованы и в нашей республике.

Список литературы

1. Гончаренко Л.И. Налогообложение организаций: учебник / коллектив авторов; под науч. ред. Л. И. Гончаренко. – М.: КНОРУС, 2014. – 189 с.
2. Крохина Ю.А. Налоговое право: учебник для академического бакалавриата / Ю.А. Крохина. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 164 с.
3. О налоговой системе: Закон Донецкой Народной Республики №99-ИНС [Электронный документ]: [принят Постановлением Народного Совета 25.12.2015]. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/>.

ФОРМИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОРТФЕЛЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИТУАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Бондаренко В.А., канд. экон. наук, доц.

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Сергиев Посад, РФ
operceva@miiv.ru

Введение. В условиях кризисных явлений в экономике, связанных с различными форс-мажорными обстоятельствами: санкционными рисками, эпидемиями и т. п., значительно возрастает роль планирования и управления инвестиционной деятельностью предприятия. В этой ситуации трудности формирования предприятием портфеля реальных инвестиций существенно возрастают, а также естественно усложняется и управление инвестиционным портфелем.

Цель исследования – изучение необходимости использования комплексного подхода, который существенно опирается на использование современных цифровых технологий сбора, анализа и обработки структурированной информации.

Основные результаты. При формировании портфеля инвестиций отбор проектов проводится на основе анализа их эффективности. Для этого вычисляются показатели инвестиционного проекта [1 – 3]. Среди них важнейшими являются: чистый дисконтированный доход NPV – задает превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами с учетом их разновременности; внутренняя норма доходности IRR – наибольшее неотрицательное число, при котором $NPV \geq 0$; индекс рентабельности инвестиций PI – при $PI > 1$ проект принимается, при $PI < 1$ – отвергается, а $PI = 1$ – граничный случай (PI следует отдавать предпочтение при формировании портфеля с наибольшим суммарным NPV).

Так как в условиях кризисных явлений в экономике при разработке и реализации инвестиционных проектов возрастает неопределенность ряда факторов, влияющих на значения показателей инвестиционного проекта, то это также приводит к увеличению соответствующих рисков. В этом случае для исследования эффективности инвестиционных проектов применяются вероятностные подходы и методы, базирующиеся на использовании мощного аппарата нечеткой логики [1, 4].

Эти методы не реализованы в известных компьютерных пакетах «Альт-Инвест 4.0» и «Project Expert 7», предназначенных для оценки инвестиционных проектов [2], но в пакете «Fuzzy Logic Toolbox» мощной системы MATLAB имеются инструменты для создания экспертных систем нечеткой логики и проектирования нечетких нейросетей [5].

Инвестиционные проекты обычно имеют различные периоды инвестирования, причем в целях диверсификации инвестиционный портфель предприятия формируется как из реальных, так и финансовых инвестиций. При его формировании приходится осуществлять перебор большого числа вариантов, требующих учета разнообразных факторов и применения различных методов оценки его эффективности.

В частности, необходимо обеспечить реализацию инвестиционной стратегии предприятия и соответствие портфеля инвестиционным ресурсам, оптимизацию соотношений доходность – риск, доходность – ликвидность, а также управляемость портфеля.

При рассмотрении вариантов особо следует учитывать проекты с инновационным содержанием, принятие которых может значительно повысить конкурентоспособность предприятия, но такие проекты могут быть долговременными и иметь более высокую степень риска.

Таким образом, ограничения, используемые при формировании инвестиционного портфеля, должны учитывать не только количественные, но и качественные показатели. Оптимизация портфеля инвестиций достигается в результате многошагового процесса перебора вариантов с учетом выбранных ограничений. Для такой оптимизации хорошо приспособлены метод ветвей и границ, а также его модификации [6], и метод динамического программирования Р. Беллмана [7, 8].

После формирования оптимального инвестиционного портфеля важнейшая роль отводится организации системы оперативного управления, включающей реализацию проектов, мониторинг портфеля, его текущую корректировку и послеинвестиционный контроль.

Очевидно, что система оперативного управления должна быть адаптивной, что особенно важно в форс-мажорных ситуациях. Успешное функционирование системы оперативного управления инвестиционным портфелем достигается на базе применения различных информационных и оптимизационных математических моделей [2].

Все математические модели, необходимые для оптимального формирования и качественного оперативного управления инвестиционным портфелем могут быть успешно реализованы в мощной среде MATLAB + Simulink, имеющей огромное число инструментов, предназначенных для использования имитационного моделирования и машинного обучения.

По результатам проведенного моделирования должны приниматься соответствующие деловые решения лицом, принимающим решение (ЛПР). Одним из эффективных механизмов принятия таких решений является использование информационных систем поддержки решений, сочетающих средства аналитической обработки, визуализации информации и технологии поддержки экспертной группы. Совокупность использования всех этих средств и составляет сущность ситуационного моделирования, преимущества которого для стратегического планирования и управления

обсуждаются в работе [9], в которой также приведены примеры его реализации в качестве ситуационных (эмерджентных) комнат (центров).

Ситуационное моделирование позволяет ЛПР оценивать различные ситуации, что обеспечивает наилучшее формирование и управление инвестиционным портфелем предприятия.

Заключение. Комплексный подход к формированию и управлению инвестиционным портфелем предприятия в условиях кризисных явлений в экономике может быть успешно реализован при использовании ситуационного моделирования, базирующегося при современном уровне цифровых технологий на одновременном использовании сразу множества моделей. Это моделирование можно рассматривать как обобщение имитационного моделирования для применения в условиях большого числа возможных ситуаций. Оно, например, легко позволяет ЛПР выделять «оптимистические» и «пессимистические» ситуации.

Для реализации ситуационного моделирования могут быть использованы ситуационные центры, создание которых допустимо, например, при рейтинговых агентствах, что дает возможность существенно упростить доступ пользователей к соответствующим услугам.

Список литературы

1. Виленский П. Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика: учеб. пособие / П. Л. Виленский, В. Н. Лифшиц, С. А. Смоляк. – Москва: Дело, 2002. – 888 с.
2. Бузова И. А. Коммерческая оценка инвестиций: учебник для вузов / И. А. Бузова, Г. А. Маховикова, В. В. Терехова. – СПб.: Питер, 2004. – 432 с.
3. Бондаренко В. А. Механизм формирования инвестиционного портфеля в стратегии развития промышленных предприятий: монография / В. А. Бондаренко, В. И. Будина. – Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2003. – 128 с.
4. Никитин С. А. Новые подходы к оценке эффективности инвестиционных проектов / С. А. Никитин // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2009. – № 5. – С. 84-94.
5. Круглов В. В. Нечеткая логика и искусственные нейронные сети / В. В. Круглов, М. И. Дли, Р. Ю. Голунов. – М.: Физматлит, 2001. – 224 с.
6. Бронштейн Е. М. Оптимальные инвестиционные портфели с учетом групповых выплат / Е. М. Бронштейн, Г. Р. Муслимова // Труды ИСА РАН. – 2011. – Т. 61, № 1. – С. 61-65.
7. Баев И. А. Управление и оценка риска комплексного инвестиционного проекта с помощью динамического программирования / И. А. Баев, В. Б. Чернов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2000. – Т. 8, № 1. – С. 66-67.
8. Данилова Т. Н. Методы и модели разработки, реализации, анализа и стратегии инвестирования / Т. Н. Данилова // Финансы и кредит. – 2005. – № 30(198). – С. 2-10.
9. Макаров В. Л. Ситуационное моделирование – эффективный инструмент для стратегического планирования и управления / В. Л. Макаров, А. Р. Бахтизин, Е. Д. Сушко // Управленческое консультирование. – 2016. – № 6. – С. 26–39.

МОДЕЛЬ АЛЬТМАНА КАК МЕТОД ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Бычкова О.В., канд. экон. наук, доц.,

Вожжова В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

o.bichkova@donnu.ru

Введение. В современных условиях рыночной экономики предприятия сталкиваются с целым комплексом преград, которые воздействуют на его финансово-хозяйственную деятельность. Главным препятствием является постоянно изменяющаяся и нестабильная внешняя среда. Как всем известно, достаточно трудно оценить и спрогнозировать состояние внешней среды, что может привести к таким негативным последствиям для предприятия, как снижение объёмов производства и реализации, замедление общего хозяйственного роста, а также снижение инвестиционной привлекательности.

Из чего следует, что руководству предприятия в первую очередь необходимо обладать возможностью проводить комплексную диагностику финансового состояния предприятия и его финансовой устойчивости. Однако, данных манипуляций недостаточно, также необходимо уметь правильно выполнить оценку вероятности риска банкротства. Вероятность наступления банкротства связана с совокупностью таких достаточно негативных факторов, как высокая конкуренция на рынке, недостаток собственных источников финансирования, несовершенство кредитной, финансовой, денежной, налоговой систем, падение рыночной стоимости ценных бумаг компании, достаточно высокий уровень инфляции и прочее.

Цель исследования: рассмотрение различных видов и интерпретаций модели оценки вероятности банкротства Э. Альтмана, а также обосновать важность прогнозирования вероятности риска банкротства предприятия.

Основные результаты. Оценка риска наступления банкротства является одной из важнейших направлений комплексной диагностики финансового состояния предприятия. В настоящее время категория «банкротства» освещена достаточно широко, однако, у ученых-экономистов нет единого подхода на трактовку данного понятия. В связи с этим рассмотрим различные мнения специалистов в области института банкротства (табл. 1).

Таким образом, банкротство – это результат несостоятельности субъекта хозяйствования, представляющее собой прекращение существования предприятия в связи с невозможностью платить по своим долговым обязательствам и финансировать текущую основную деятельность из-за отсутствия средств.

Таблица 1

Сравнительный анализ подходов к определению понятия «банкротство»

Подходы к определению понятия «банкротство»	Автор
Банкротство – это процедура, непосредственно применяемая арбитражным судом к должнику либо для восстановления платежеспособности, либо для ликвидации в целях соразмерного удовлетворения требований кредиторов.	Д.А. Ендовицкий, М.В. Щербаков [1]
Банкротство предприятия – это неспособность предприятия финансировать текущую операционную деятельность и погасить срочные обязательства.	А.Д. Шеремет, Г.С. Сайфулин [2]
Банкротство формируется в условиях, где имеется кризисная ситуация, то есть ухудшение финансового состояния предприятия, это характеризуется, прежде всего, спадом производства, ухудшением финансового состояния, снижением экономических показателей деятельности.	И. П. Продиус [3]
Банкротство как экономическая категория представлена как установленная судом неспособность должника платить по своим долговым обязательствам.	Д.А. Зубаирова [4]

Целью оценки вероятности банкротства является своевременное выявление негативных процессов в деятельности предприятия и принятие таких управленческих решений, которые благоприятствуют снижению влияния данных процессов на состояние субъекта хозяйствования до полного устранения кризисного состояния, или частичной локализации наиболее существенных его проявлений. Стало быть, выбор правильного методического инструментария является доминирующей составляющей успешной ликвидации кризисных состояний организаций.

Наиболее популярными методиками расчета вероятности банкротства являются методы, основанные на анализе финансовых показателей компаний. Данные модели привлекают своей объективностью, а именно минимальным влиянием человеческого фактора на принятие решения, высокой степенью автоматизации и адаптируемостью.

Чаще всего для оценки вероятности банкротства организации используется метод Э. Альтмана. Главное достоинство данной модели состоит в том, что модель отражает различные аспекты деятельности предприятия, а также он позволяет свести несколько финансовых показателей к одному общему. Существует несколько разновидностей моделей Альтмана (табл. 2).

Заключение. Таким образом, при рассмотрении модификаций модели оценки вероятности банкротства Э. Альтмана можно сказать, что данная методика обладает рядом неопровержимых достоинств, а именно: высокая точность расчетов; возможность применения при ограниченности информации; сравнимость показателей. Однако, у рассмотренных выше моделей есть существенный недостаток – выведение формул на основе статистических данных, так как модель не принимает во внимание индивидуальность компании и может содержать ошибку при расчётах для конкретного предприятия.

Разновидности моделей Э. Альтмана

Наименование	Формула	Вероятность банкротства
Двухфакторная модель Альтмана	$Z_5 = -0,3877 - 1,0736X_1 + 0,579X_2$, где X1 – Оборотные активы/Краткосрочные обязательства; X2 – (Долгосрочные обязательства+Краткосрочные обязательства)/Собственный капитал.	$Z < 0$ Вероятность банкротства менее 50%
		$Z = 0$ Вероятность банкротства 50%
		$Z > 0$ Вероятность банкротства более 50%
Пятифакторная модель Альтмана (для компаний, чьи акции торгуют на фондовом рынке)	$Z_5 = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + 0,999X_5$, где X1 – Оборотный капитал/Активы; X2 – Нераспределенная прибыль/Активы; X3 – Операционная прибыль/Активы; X4 – Рыночная стоимость акций/Обязательства; X5 – Выручка/Активы.	$Z < 1,81$ Вероятность банкротства составляет от 80 до 100%
		$Z \in [2,77; 1,81]$ Средняя вероятность краха компании от 35 до 50%
		$Z \in [2,99; 2,77]$ Вероятность банкротства не велика от 15 до 20%;
		$Z \geq 2,99$ Ситуация на предприятии стабильна
Пятифакторная модель Альтмана (для частных компаний)	$Z_5 = 0,717X_1 + 0,847X_2 + 3,107X_3 + 0,42X_4 + 0,998X_5$, где X1 – Оборотный капитал/Активы; X2 – Нераспределенная прибыль/Активы; X3 – Операционная прибыль/Активы; X4 – Собственный капитал/Обязательства; X5 – Выручка/Активы.	$Z < 1,23$ Зона финансового риска
		$Z \in [1,23; 2,9]$ Зона неопределённости
		$Z \geq 2,9$ Зона финансовой устойчивости
Модель Альтмана для производственных компаний	$Z_5 = 6,56X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4$, где X1 – Оборотный капитал/Активы; X2 – Нераспределенная прибыль/Активы; X3 – Операционная прибыль/Активы; X4 – Собственный капитал/Обязательства.	$Z < 1,1$ Зона финансового риска
Модель Альтмана для развивающихся рынков и России	$Z_5 = 3,25 + 6,56X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4$	$Z \in [1,1; 2,6]$ Зона неопределённости
		$Z \geq 2,6$ Зона финансовой устойчивости

Следовательно, для прогнозирования вероятности банкротства следует использовать совокупность методов, исследующих аналогичную экономическую проблему.

Список литературы

1. Ендовицкий Д. А. Диагностический анализ финансовой несостоятельности организаций / Д. А. Ендовицкий, М.В. Щербаков. – М., 2007. – 288 с.
2. Шеремет А. Д. Финансы предприятий / А. Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 343 с.
3. Продиус И. П. Формирование стратегии предотвращения банкротства на предприятии / И. П. Продиус, Р.С. Сайфулин. – Одеса: НУВД, 2008. – 136 с.
4. Зубаирова Д. А. Эволюция и взаимосвязь финансовой устойчивости с сопредельными экономическими категориями / Д. А. Зубаирова // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2012. – № 5. – С. 195-198.
5. Вениченко К. Ю. Методы диагностики вероятности банкротства / К. Ю. Вениченко // Интеграция наук. – 2018. – № 4 (19). – С. 84-86.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Еропутова О.А., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
eroputovaolja@mail.ru

Введение. Одним из важнейших направлений развития экономики в настоящее время является комплексное внедрение современных цифровых технологий, которые изменяют и хозяйственную деятельность, и коммуникации, и социальную сферу, и в конечном итоге обеспечат формирование новой «цифровой» экономики.

Цель исследования заключается в исследовании влияния финансового рынка на безопасность национальной экономики.

В рамках данного исследования применялись теоретические методы: аналитический обзор теоретических источников.

Основные результаты. Цифровая экономика является базой развития в целом и оказывает воздействие на такие разнообразные отрасли как банковская, розничная торговля, транспорт, энергетика, образование, здравоохранение и многие другие.

Основными тенденциями развития цифровой экономики являются следующие:

1. Развитие сервисов и мобильных платежей;
2. Формирование экономического пространства для мобильных операторов;
3. Развитие рынка электронной коммерции;
4. Разработка мобильных POS-терминалов;
5. Повышение финансовой грамотности населения;
6. Внедрение криптовалюты.

1. Развитие сервисов и мобильных платежей. У всех операторов есть и финансовые сервисы. Например, они предлагают абонентам банковские карты с кэшбэком: Tele2 предлагает абонентам хранить деньги прямо на счете мобильного телефона – доходность составляет 5 % годовых. «Вымпелком» и МТС запустили в 2017 г. микрокредитование. Разумеется, все операторы предлагают использовать номер телефона для оплаты услуг. Зарабатывают операторы и на страховании – совместно с партнерами предлагают услуги от страхования техники (есть у всех операторов) до недвижимости («Вымпелком» и Tele2) и автострахования (МТС). Выручка от страховок «Вымпелкома» за III квартал 2017 г. выросла в 5 раз.

2. Формирование экономического пространства для мобильных операторов. Одним из главных направлений для роста мобильных операторов.

операторов должен стать рынок интернета вещей (IoT). Он включает в себя мониторинг устройств в доме, систем безопасности, управления городской инфраструктурой, ЖКХ и промышленными предприятиями – устройства и датчики подключаются к интернету, и специальные системы анализируют ненужные клиенту процессы и в случае необходимости управляют ими. База мобильных абонентов в России уже не вырастет, а вот количество сим-карт для подключения автоматических устройств (так называемые m2m) за четыре года удвоится. В 2017 г. число таких устройств в России составило 15 млн.

3. Развитие рынка электронной коммерции. Электронная коммерция (интернет-торговля, e-commerce) – это сфера экономики, включающая в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций. Наиболее крупным рынком электронной коммерции является Китай (562,66 млрд. дол.). Группа компаний Alibaba – крупнейшая онлайн и мобильная коммерческая платформа в Китае и крупнейшая в мире с точки зрения оборота. Alibaba занимает практически монопольное положение на рынке электронной коммерции в Китае.

Согласно данным China Internet Watch, Taobao.com доминировал на рынке Китайской мобильной коммерции с долей рынка в 78 %.

4. Разработка мобильных POS-терминалов. Уже обычным явлением считается оплата покупок в магазинах с помощью банковской карты. Однако для проведения такого процесса оплаты необходимо использовать специальные терминалы. В небольших магазинах, киосках, ларьках трудно установить такие терминалы, потому возникает необходимость наличия при себе наличных денег, чтобы купить что-нибудь. Для решения той проблемы были созданы мобильный POS-терминалы (от англ. Mobile Point of Sale – мобильная точка продажи) или сокращенно mPOS. Такой терминал представляет собой компьютерное устройство, подключенное к смартфону или планшетному компьютеру, для проведения безналичного расчета с помощью банковской карты. Это особенно ценно для малого и мобильного бизнеса.

5. Повышение финансовой грамотности населения. Под мерами по повышению финансовой грамотности подразумевается скоординированная работа всех заинтересованных сторон, направленная на формирование у населения базы общих знаний об основных продуктах и услугах финансового рынка, а также о рисках, сопровождающих их использование, об имеющихся возможностях защиты прав потребителей на финансовом рынке, на формирование соответствующих навыков, а также на эффективное продвижение финансовой грамотности с помощью широкого набора инструментов. Меры по повышению финансовой грамотности также будут сосредоточены на повышении информированности населения о преимуществах использования цифровых финансовых продуктов и услуг.

6. Внедрение криптовалюты. Появилась полностью цифровая р2р-валюта – криптовалюта. Её можно использовать в качестве замены наличных денег при покупке товаров и услуг через интернет. В отличие от большинства типов электронных денег, которые хранятся в банках и передаются с помощью различных платежных систем, криптовалюта передается между пользователями напрямую, без каких-либо посредников. Поэтому цифровую валюту уже можно считать прямыми конкурентами национальных валют. Самой распространенной криптовалютой на сегодняшний день является Bitcoin. За последние пару лет его цена подскочила более чем в 3 раза. Сегодня капитализация биткоина составляет 20 млрд долларов, а капитализация всего рынка – 25 млрд долларов. В целом, рынок криптовалют достаточно интересен. Во-первых, криптовалюты нельзя подделать: каждая цифровая валюта имеет свою электронную подпись. Во-вторых, при сделках с биткоинами и альткоинами соблюдается полная анонимность – еще нет государственных органов, способных отслеживать и контролировать эти переводы. Но это же и является их минусом – возникает теневая экономика.

Заключение. Основными тенденциями развития финансового рынка в условиях цифровой экономики являются:

Развитие сервисов и мобильных платежей, использование специальных банковских приложений позволяет осуществлять разнообразные функции удаленно (например: Сбербанк Онлайн).

Формирование финансового пространства рынка интернета вещей (IoT). Он включает в себя технический и финансовый мониторинг систем безопасности, управления городской инфраструктурой, ЖКХ и промышленных предприятий. Подобная технология могут, прежде всего, сократить эксплуатационные (потери в сетях, расход топлива, фонд оплаты труда) и сервисные издержки (оптимизация ремонтной деятельности).

Развитие рынка электронной коммерции, открывающего доступ к международным платежным системам, позволяющего оплачивать покупки без открытия счета в банке.

Разработка и внедрение мобильных pos-терминалов, подключенных к смартфону или планшетному компьютеру, для проведения безналичного расчета с помощью банковской карты.

Список литературы

1. Алексеев М. Ю. Рынок ценных бумаг / М. Ю. Алексеев. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 255 с.
2. Алехин Б. И. Рынок ценных бумаг: введение в фондовые операции / Б. И. Алехин – М.: Финансы и статистика, 2012. – 305 с.
3. Информационная безопасность в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=37239>.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Завгородняя Ю.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
yu.zavgorodnyaya@donnu.ru

Введение. Актуальность данного исследования определяется тем, что тема производства сельхозпродуктов крайне важна, поскольку сельское хозяйство занимает почетное первое место в жизни любого общества.

На данный момент времени аграрный сектор Донецкой Народной Республики находится на стадии становления и развития. Основной целью сельскохозяйственной отрасли является обеспечение населения различными продуктами питания в объемах и ассортименте, достаточном для формирования правильного и сбалансированного рациона питания. Решение этой задачи позволит достигнуть показателей продовольственной безопасности Республики, удовлетворяющих в данной ситуации.

В последнее время появилось значительное количество работ, посвященных адаптации основных положений теории управления стратегическим развитием применительно к отечественному сельскохозяйственному производству: И.Ф. Хицкова, А.Н. Люкшинова, В.В. Кузницова, Н.В. Банниковой и др.

Цель исследования – изучение актуальных и малоизученных факторов влияющих на формирование и управление стратегическим потенциалом предприятия в сфере производства сельскохозяйственной продукции.

Основные результаты. Управление стратегическим потенциалом предприятия тема интересная и сложная одновременно. Влияние сельскохозяйственных предприятий на внешнюю среду в данный момент, на нашей территории, весьма условно. Управление внешним потенциалом предприятия в основном заключается в грамотном использовании экономической ситуации и всех возможностей окружающей предприятие среды. Исходя из анализа объективных факторов, формирующих внешний потенциал предприятия, можно сформировать, а затем успешно использовать внутренний потенциал, что и является целью управления стратегическим потенциалом предприятия.

Наиболее четкое определение внутренней среды организации, на данный момент времени предложил О.С. Виханский: «Внутренняя среда – это взаимосвязанная совокупность элементов, выделенная из внешней среды объединённая единством целей или общими правилами поведения» [1]. На наш взгляд внутренний потенциал предприятия – это совокупность ключевых элементов организации и процессов, динамически их

объединяющих в единое целое. Их многообразие и совокупное сочетание и определяет тот стратегический потенциал, которым располагает предприятие, и который должно развивать в соответствии с принятой стратегией управления.

Внутренний потенциал сельскохозяйственного предприятия сложная многофункциональная система ресурсов, компетенций и управления. Она определяет технические и организационные условия работы предприятия и является результатом управленческих решений [2].

Для успешного управления стратегическим потенциалом предприятия необходимо определить внутренние возможности, на которые предприятие может рассчитывать в конкурентной борьбе для достижения долгосрочных целей. Формирование внутреннего потенциала происходит под воздействием переменных, оказывающих непосредственное влияние на происходящие процессы, как внутри организации, так и за ее пределами (табл. 1). Это ситуационные факторы внутри организации, которые контролируются и регулируются менеджерами. Они объединены единством цели и общими правилами поведения.

Таблица 1

Основные переменные, которые требуют управленческого внимания на сельхозпредприятиях

Ключевые переменные	Состав переменных внутренней среды сельхозпредприятий
1	2
Цели	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение доли рынка в отрасли; - повышение рентабельности предприятия; - увеличение прибыльности; - повышение конкурентоспособности предприятия и отрасли; - развитие всей отрасли в целом; - разработка нового товарного ассортимента; - улучшение качества продуктов питания; - усовершенствование системы управления; - социальная ответственность; - обеспечение продовольственной безопасности Республики;
Структура	<ul style="list-style-type: none"> - специализированное разделение труда, важная составляющая производства; - взаимоотношения уровней управления и функциональных подразделений; - достижение эффективного взаимодействия; - совершенствование передачи управляющей информации между подразделениями;
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> - работа с людьми, от них зависит выполнение любой задачи; - работа с предметами труда, их количество, качество, соответствие; - работа с информацией, ее качество, полнота, своевременность; - обеспечение своевременного финансирования, технологического и технического оснащения; - взаимосвязь с компетенциями;

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие целям; -компенсация негативных внешних факторов
Люди	<ul style="list-style-type: none"> - ситуационное поведение людей; - поведение людей в группах; - стиль руководителя, менеджер в роли лидера, влияние на поведение группы; - среда влияния на поведение работника; - своевременная мотивация персонала; - влияние работников на имидж компании; - степень доверия персонала руководству, собственникам;
Имидж	<ul style="list-style-type: none"> - влияние на климат в коллективе; - ответственное отношение к производству; - социальная ответственность; - влияние на окружение; - увеличение значимости предприятия, его стоимости;

Заключение. В соответствии с современной рыночной концепцией экономического развития сельскохозяйственных предприятий Донецкой Народной Республики главные предпосылки поиска путей успешного развития лежат не столько в способности адаптироваться к внешним трагическим событиям, сколько в процессах актуализации и усовершенствования уникальных компетенций, как самого предприятия, так и его корпоративной культуры. Она объединяет и развивает не только внешние связи предприятия, усиливая его позиции в отрасли и в регионе столь необходимые для функционирования, но и внутренние отношения, способствующие созданию сильного социального и производственного образования.

Список литературы

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О.С. Виханский. – М.: Экономист, 2008. – 296 с.
2. Давлианидзе Я.С. Управление реализацией стратегии развития агропромышленного предприятия / Я.С. Давлианидзе // Вестник ДонНУ. – 2018. – № 2. – 392 с.
3. Румянцева З.П. Общее управление организацией / З.П. Румянцева. – М.: Инфра-М, 2007. – 304 с.
4. Гусейнова А.И. Стратегия развития предпринимательского потенциала региона: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.И. Гусейнова. – М., 2005. – 153 с.
5. Пенькова И.В. Инновации и развитие экономики Республики Крым: диалектика взаимосвязи: монография / И.В. Пенькова, С.В. Зенченко, В.В. Краснова; [науч. ред. И.В. Пеньковой]. – Севастополь: Изд-во СКФУ, 2019. – 221 с.
6. Кравченко С.И. Исследование сущности инновационного потенциала / С.И. Кравченко, И.С. Кладченко // Научные труды Донецкого национального технического университета. – Донецк: ДонНТУ, 2003. – № 68. – С. 88-96.
7. Рахлин К.М. Потенциал организации как основа ее конкурентоспособности / К.М. Рахлин, О.Ю. Серова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://quality.eur.ru>.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Иванова Т.Л., д-р экон. наук, проф.,

Юрьева А.А.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
3264223@gmail.com

Введение. В последнее время теоретики и практики уделяют особое внимание категории «экономическая стратегия», несмотря на то, что адептами стратегического управления созданы множественные разнообразные классификации и разновидности других стратегий [1].

Цель исследования – изучение современных положений разработки экономической стратегии предприятия.

Основные результаты. Экономическая стратегия имеет свои особенности. С одной стороны, как любая другая, она должна содержать раздел, который предусматривает ответы на классические вопросы стратегического планирования: где предприятие находится в текущий момент, где оно стремится оказаться завтра и как туда попасть. Однако особенность экономической стратегии состоит в том, что, отвечая на данные вопросы, она должна руководствоваться не широким диапазоном критериальных подходов, как, например, корпоративная или деловая стратегия, а среди них на первое место выдвигать критерии экономической эффективности, обеспечивающие решение оптимизационной задачи, а именно: при минимизации затрат на производство обеспечивать максимизацию его доходности в широком и узком смысле слова. Понятие доходности в широком смысле роднит экономическую стратегию с другими видами стратегий, поскольку получение достойного экономического дохода от реализации стратегии обеспечивается также при достижении прочих традиционных критериев её эффективности, к которым относятся, в частности, способность выживать на рынке в долгосрочной перспективе и обеспечивать рост конкурентоспособности фирмы как на внутреннем, так и на внешних рынках страны, республики, территории [2].

В экономической стратегии налицо перевес ценностей в сторону экономических параметров деятельности предприятия. Выживание и процветание в длительной перспективе выделяет следующую особенность экономической стратегии. Предприятие во главу угла ставит задачу выбора тактических (оперативных) трансакций, которые строго вытекают из экономических критериев долгосрочного стратегического плана. При этом возникает узкий аспект рассмотрения экономической стратегии, который предполагает обеспечение экономической прибыли фирмы в краткосрочном

периоде, однако на основе привязки к долгосрочным императивам. Полнота и надежность информации для достижения данных целей значительно выше, поскольку её наличие позволяет, с одной стороны, на базе ретроспективных данных определить экономические параметры будущего развития с помощью генетического метода планирования, или планирования «от достигнутого», а с другой – перейти к планированию «от проблем», воплощая принципы стратегического управления фирмой (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм выбора и реализации экономической стратегии предприятия

Рациональное организованное планирование «от проблем» создаёт предпосылки преодоления существующего «стратегического разрыва», который отражает разницу между достигнутыми экономическими результатами деятельности фирмы и «желаемыми», которые обеспечат её длительное присутствие и процветание на рынке. В ходе разработки экономической стратегии, безусловно, невозможно предвидеть все возможности, риски и угрозы, которые возникнут при формировании и осуществлении конкретного стратегического проекта.

Цель экономической стратегии заключается в том, чтобы предвидеть своеобразную «зону неопределенности» и выработать множество альтернативных вариантов развития фирмы, каждый из которых будет

оптимальным сценарием достижения её целей при некотором реально возможном сочетании внешних и внутренних факторов влияния на фирму.

Экономическая стратегия представляет собой некий аккумулированный вектор, представляющий стратегический набор, в состав которого входят товарная стратегия, стратегия ценообразования, стратегия взаимодействия фирмы с рынками производственных ресурсов, стратегия поведения фирмы на рынках денег и ценных бумаг, стратегия снижения трансакционных издержек, стратегия внешнеэкономической деятельности фирмы, инвестиционная, инвестиционная стратегии, стратегия предотвращения несостоятельности, или банкротства, фирмы. Очевидны их глубоко экономический смысл и содержание, комплексно представляющие состояние и цели всех сфер экономической деятельности предприятия.

Таким образом, экономическая стратегия как стратегический набор частных взаимоувязанных и взаимообусловленных составляющих должен быть подчинён единой глобальной цели- создания и поддержания высокого уровня конкурентного преимущества фирмы в долгосрочном периоде и обеспечения экономической прибыли в краткосрочной перспективе.

Заключение. Предприятие как разновидность сложных открытых систем должно разрабатывать экономическую стратегию, которая отвечает требованиям научности, целостности, адекватности, интегративности, гибкости, коммуникативности, эквивиальности и др. Наибольший экономический эффект может достигаться в том случае, когда все составляющие экономической стратегии реализуются при целесообразной координации их из единого центра [3]. Стратегические решения, принимаемые в рамках целей каждой из составляющих, или каждой стратегии из стратегического набора, должны быть увязаны по времени и ресурсам, не противоречить друг другу и обеспечивать интегративный эффект достижения императивов целостной экономической стратегии предприятия.

Список литературы

1. Дорохова М.С. Формирование экономической стратегии предприятия [Электронный ресурс] / М.С. Дорохова. – Режим доступа: <http://www.cs-alternativa.ru/text/1605/3>.
2. Копылов Т.А. Разработка стратегии развития предприятия / Т.А. Копылов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. Экономика и бизнес. – 2017. – С. 70-72.
3. Мирзоева С.М. Особенности стратегического планирования промышленных предприятий [Электронный ресурс] / С.М. Мирзоева // Экономика и предпринимательство. – № 3. – 2015. – Режим доступа: <http://naukarus.com/osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-promyshlennyh-predpriyatiy>.

ДЕЛОВАЯ СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ КАК СИМБИОЗ РЯДА СТРАТЕГИЙ

Иванова Т.Л., д-р экон. наук, проф.,

Ясиненко Н.В.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
3264223@gmail.com

Введение. Сегодня каждая фирма имеет некоторую деловую, или бизнес-стратегию, которая в той или иной мере отвечает требованиям сложившейся ситуации, как в компании, так и во внешней среде. Однако воздействие внешних факторов, как угроз, так и возможностей, требует постоянного совершенствования стратегии и внесения в нее стратегических изменений. Стратегия как таковая необходима всей фирме как экономической системе в целом и ее отдельным крупным функциям, к которым в первую очередь относятся производство, продажи, маркетинг, финансы, трудовые ресурсы, научные исследования и др. Общая стратегия компании исходит изначально из текущей и перспективной модели поведения фирмы и предложенных менеджерами новых идей по ее развитию.

Целью исследования является изучение теоретических положений разработки деловой стратегии фирмы.

Основные результаты. Особенностью деловой стратегии является то, что она находится в постоянном развитии, поскольку не всегда удается продумать заранее все до мельчайших деталей и затем долгое время придерживаться выработанной стратегии без ее изменений. Безусловно, стратегия уязвима в отношении характера конкуренции, возможных взлетов и падений цен, перестановок в среде основных конкурентов, нового регулирования, снижения или расширения торговых барьеров и множества других событий, которые могут повлиять на устаревание стратегии. Всегда находится что-то новое, на что следует оперативно и гибко реагировать, в результате чего открываются новые стратегические ниши. Задача совершенствования стратегии фирмы не только актуальна, но и перманентна. Она всегда должна сочетать в себе запланированную и продуманную линии поведения, а также возможность реагирования на все изменения и инновации и гасить флуктуации в системе.

Деловая стратегия – это модель, которая должна интегрировать основные цели компании, ее экономическую политику и действия по её осуществлению в некое единое целое. Стратегия – не просто представление о том, как вести себя по отношению к конкуренту или противнику. Она затрагивает фундаментальные аспекты природы фирмы как инструменты коллективного восприятия и действия. Правильно

сформулированная стратегия позволяет упорядочить и распределить ограниченные ресурсы фирмы наиболее эффективным образом с учетом изменения внешней и внутренней среды. На рис. 1 представлена блок-схема, которая включает основные компоненты разработки и совершенствования деловой стратегии предприятия.



Рис. 1. Основные компоненты разработки и совершенствования деловой стратегии предприятия

Существует значительное число факторов, определяющих выбор деловой, или бизнес-стратегии, фирмы. Результат их взаимодействия комплексно влияет на показатели эффективности производственно-хозяйственной деятельности конкретной фирмы, однако отбор важнейших факторов требует проведения комплексной стратегической диагностики как внешней, так и внутренней среды. Инструментами ее осуществления должны быть методы и инструменты стратегического управления фирмой, среди которых на одном из первых мест находится *SWOT*-анализ. Согласно модели *SWOT*-анализа, процесс разработки и выбора бизнес-стратегии представляет собой некую плоскость пересечения выявленных возможностей и угроз внешней деловой среды, которые выражаются в

форме ключевых факторов успеха и риска, сильных и слабых сторон ресурсного потенциала фирмы, выраженных в отличительных способностях к развитию.

Заключение. В целом процесс разработки деловой, или бизнес-стратегии должен включать ряд последовательных этапов, а базовой моделью стратегического плана, на наш взгляд, может быть модель Гарвардской школы бизнеса, создателями которой по праву считаются американские исследователи, а основателем - К. Эндрюс. Это прежде всего модель Г. Минцберга, или «модель школы проектирования», в основе которой лежит идея о том, что «большая стратегия», выступая в роли проекта, должна являться результатом сознательного и тщательного мыслительного процесса – искусства предвидения. Формирование стратегии должно осуществляться в процессе неформального дизайна и попытки достижения совпадения и состыковки внутренних и внешних возможностей, что является непростой задачей. При этом согласимся с Г. Минцбергом о необходимости применения постулатов школы планирования, т.е. построения стратегии как формального процесса. Используя идеологию формализации стратегии И. Ансоффа, необходимо прислушаться к мысли ученого, о том, что «стратегическое планирование - это оксюморон», не доводя её до абсурда. В целом, обобщение и конструктивная критика идей различных школ стратегии, в том числе таких, как школа позиционирования М. Портера, школа предпринимательства как предвидения, модель «созидательного разрушения» Й. Шумпетера, «смелый ход» А. Колла, «когнитивная школа стратегии», стратегия как политика и власть, как культура и идеология, стратегия как неизбежность, как процесс трансформации Г. Минцберга, необходимо взять их на вооружение при разработке деловой стратегии фирмы и для выработки стратегии применить не только методологию этих школ, но и современные идеи междисциплинарного подхода к конструированию главной стратегии монопродуктового предприятия в контексте её оптимизации в рамках планово-эвристического подхода.

Список литературы

1. Кудрявцев Д.В. Архитектура предприятия: переход от проектирования ИТ-инфраструктуры к трансформации бизнеса / Д.В. Кудрявцев, М.Ю. Арзуманян // Российский журнал менеджмента. – Т. 15, № 2. – 2017. – С.193-224.
2. Стеблюк И.Ю. Бизнес-процессы в условиях цифровой трансформации / И.Ю. Стеблюк // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – С. 113-116.
3. Ванеев А.В. Бизнес-планирование как форма реализации стратегии корпорации / А.В. Ванеев, И.Е. Лебедев, А.С. Шептиев // International Journal of Humanities and Natural Sciences. – 2019. – Vol. 4-2. – С. 153-155.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

Комисова М.М.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
m.komisova@donnu.ru

Введение. Взаимодействие статичного спроса и постоянно возрастающего предложения при частых колебаниях в краткосрочных отрезках, которые характерны для аграрного рынка, ведет к существенным колебаниям цен из года в год при общей долгосрочной тенденции к их понижению в реальном исчислении. Следствием этого является долгосрочная тенденция относительного (в сравнении с другими секторами экономики) понижения доходов производителей сельхозпродукции, получившая название долгосрочной фермерской проблемы.

Целью исследования является изучение актуальных теоретических и практически положений долгосрочной фермерской проблемы.

Основные результаты. Наклон кривой спроса в каждой ее точке разный: в начале оси абсцисс кривая спроса более крутая: при каждом уменьшении цены на одну единицу спрос может увеличиваться более чем на единицу. Далее кривая становится более полой, и падение цены не вызывает адекватной реакции спроса. Это принцип убывающей предельной полезности. Но из практики известно, что крутизна кривой спроса для разных продуктов может быть различна. Так, например, люди покупают хлеб при любых ценах, т.е. кривая спроса на хлеб будет очень крутой, в то время как потребление мяса в значительно большей степени зависит от цены, и кривая спроса на мясо будет более полой. Крутизна кривой спроса измеряется ее первой производной и называется ценовой эластичностью спроса. Хотя ценовая эластичность измеряется в положительных величинах, зависимость спроса от цены, как правило, отрицательная. В отдельных очень редких случаях при неизменности прочих детерминант спрос на товар растет одновременно с ростом цены на него: это может быть с так называемыми престижными товарами. Так как кривая спроса – всегда убывающая функция, то ее производная первого порядка будет отрицательной. Для экономического анализа важна сама абсолютная величина эластичности, показывающая, на сколько процентов упадет спрос, если цена вырастет, скажем, на 10 %, или какого роста цен можно ожидать при увеличении спроса на 20 %. Поэтому экономисты договорились игнорировать отрицательный характер эластичности спроса и знак «минус» при ее расчете откидывают. В случае с меньшей ценовой эластичностью спроса требуется большее изменение цен для того, чтобы величина спроса изменилась на ту же величину. Очевидно, что чем больше

у какого-либо товара заменителей, тем эластичнее спрос на него. Так, хлеб почти нечем заменить в рационе питания, спрос на него неэластичен. Говядина может быть заменена другими видами мяса – бараниной, свиной, мясом птицы, субпродуктами. Поэтому спрос на говядину значительно более эластичен, чем на хлеб. При этом важно то, что при весьма эластичном спросе на говядину общий спрос на мясо будет менее эластичен, так как замещающих продуктов уже меньше.

Вторым фактором, влияющим на эластичность спроса, является удельный вес расходов на товар в доходах потребителей: чем он выше, тем выше эластичность спроса. Так, если население тратит на продукты питания половину семейного дохода, то удорожание продовольствия на 10% будет связано с уменьшением потребления, по крайней мере, наиболее дорогостоящих продуктов, и произойдет переключение на низкокачественные товары, суррогаты, животные продукты будут замещаться более дешевыми продуктами растительного происхождения и т.д. Если же расходы на питание в структуре доходов семей составляют 10-15%, то рост цен на 10% несуществен, и большинство населения не станет менять устоявшиеся привычки в питании. Этот вывод очень важен для последующего рассмотрения механизмов государственного регулирования сельского хозяйства [1].

Третьим фактором, влияющим на изменение эластичности спроса, является степень полезности продукта. Есть товары первой необходимости, которые население потребляет при любом уровне цен, включая базовые продукты питания (хлеб, молоко, картофель, рис). Ценовая эластичность спроса на эти товары обычно низка. Спрос же на деликатесы обладает высокой эластичностью: при росте цен на эти товары потребители довольно легко отказываются от их потребления [2].

При прочих равных условиях спрос на продукт в долгосрочном аспекте более эластичен, чем в краткосрочном, так как есть время для адаптации. Но если цена на продукт будет расти и дальше, то потребитель может вообще отказаться от покупки данного товара и заменить его иным. Поэтому при принятии решения о повышении цен нужно принимать во внимание реакцию спроса в краткосрочном периоде и в перспективе: выигрыш в выручке от поднятия цены в первый момент может обернуться значительными потерями в перспективе, так как эластичность спроса на товар может упасть, и покупатели просто переключатся на другие товары.

Продукты питания и сельскохозяйственная продукция как сырье для их изготовления в большинстве своем относятся к группе товаров первой необходимости. Поэтому ценовая эластичность спроса на них, как правило, ниже единицы. Очень незначительное количество продуктов питания имеет эластичный спрос по цене. В результате, как было показано выше, падение цен в агропродовольственном секторе не компенсируется расширением сбыта и ведет к сокращению выручки. В других секторах

тоже, казалось бы, возможно такое положение, но они имеют возможность диверсифицировать свою продукцию, выпускать, по сути, те же товары, но под новыми названиями и т.п. Естественно, для аграрного сектора такая маркетинговая политика практически невозможна.

Эластичность спроса на сельхозпродукцию по доходу. Одной из неценовых детерминант спроса является денежный доход населения, причем влияние этой детерминанты на спрос неоднозначно: по одним товарам рост доходов населения ведет к росту потребления, по другим — наоборот, к его падению. Эластичность спроса по доходу может иметь следующие значения:

1. Больше 1. Это означает, что потребление продукта растет более чем пропорционально при увеличении доходов. Это возможно для особо ценных, престижных продуктов питания, которые могут быть разными в различных странах;

2. Равна 1. Такая ситуация возникает, как правило, при низких уровнях дохода и характерна для базовых продуктов питания. Очевидно, что если население имеет в среднем низкие доходы, не позволяющие полностью удовлетворять потребности в питании, то каждую приростную единицу дохода семья будет направлять в первую очередь на питание. Эта ситуация возможна для отдельных категорий продовольственных товаров;

3. Меньше 1, но больше 0. В развитых странах эта ситуация типична для всех основных продуктов питания;

4. Меньше 0. Это означает, что с ростом доходов расходы на определенный продукт уменьшаются. Такая довольно нестандартная ситуация, как правило, характерна для продуктов, традиционно преобладающих в рационе низко обеспеченных слоев населения, прежде всего для хлебопродуктов и картофеля. Но и здесь могут быть исключения, связанные с национальными традициями [3].

Заключение. Анализируя эластичность спроса по доходу на отдельные товары, можно понять, какие сектора экономики будут расти, расширяться, а какие сужаться по мере развития экономики и роста доходов населения. Очевидно, что отрасли, которые связаны с производством продуктов с отрицательной эластичностью спроса по доходам, попадают во вторую категорию.

Список литературы

1. Королев Ю.Б. Организация сельскохозяйственного производства и менеджмент / Ю.Б. Королев. – М.: КолосС, 2018. – 766 с.
2. Леонова Л.А. Организация сельскохозяйственного производства. Альбом наглядных пособий / Л.А. Леонова. – М.: Лань, 2017. – 964 с.
3. Шакиров Ф.К. Организация производства на предприятиях АПК / Ф.К. Шакиров. – М.: КолосС, 2019. – 650 с.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Кондрашова Е.А., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

e.kondrashova@donnu.ru

Введение. Проблемами «цифровизации» экономики и применения цифровых технологий сегодня занимаются специалисты в различных областях научных исследований. В любом случае объектом изучения являются (цифровые) системы и их инновационное развитие, с одной стороны, и проблемы построения «цифровой экономики», с другой [1].

На наш взгляд, трансформационные процессы, связанные с введением информационно-коммуникативных и цифровых технологий, как любые другие трансформационные преобразования, несут с собой вероятность рисков и реальных угроз для экономической системы предприятия. Система экономической безопасности предприятия в таких условиях не может ограничиваться только организацией кибербезопасности, а должна исследоваться комплексно, с учетом негативного влияния процесса «цифровизации» на все направления развития бизнеса.

Цель исследования заключается в изучении проблематики управления системой экономической безопасности предприятия в условиях цифровых трансформаций.

Основные результаты. В рамках цифровой трансформации бизнес-модели средства обеспечения и технологии используются для создания новых программ или служб. Эти факторы требуют навыков, которые позволяют собирать и обменивать данные, а также уметь анализировать, вычислять и оценивать варианты. Параметры оценки используются для инициирования новых процессов в рамках бизнес-модели.

Преобразование бизнес-моделей базируется на подходе с последовательностью задач и решений, которые связаны между собой в логическом и временном контексте, что влияет на четыре целевые измерения: время, деньги, пространство и качество [4].

Рассмотрим последовательность этапов, их задачи и меры реализации подробнее (рис.1).

Первым этапом является *Digital Reality* (цифровая реальность), где существующая бизнес-модель компании определяется совместно с анализом на добавленную стоимость, связанными и заинтересованными сторонами и оценкой требований клиентов. Следующей фазой выступает *Digital Ambition* (цифровые амбиции): исходя из предыдущего этапа цифровой реальности, определяют основные цели по трансформации, касающиеся времени, финансов, пространства и качества.

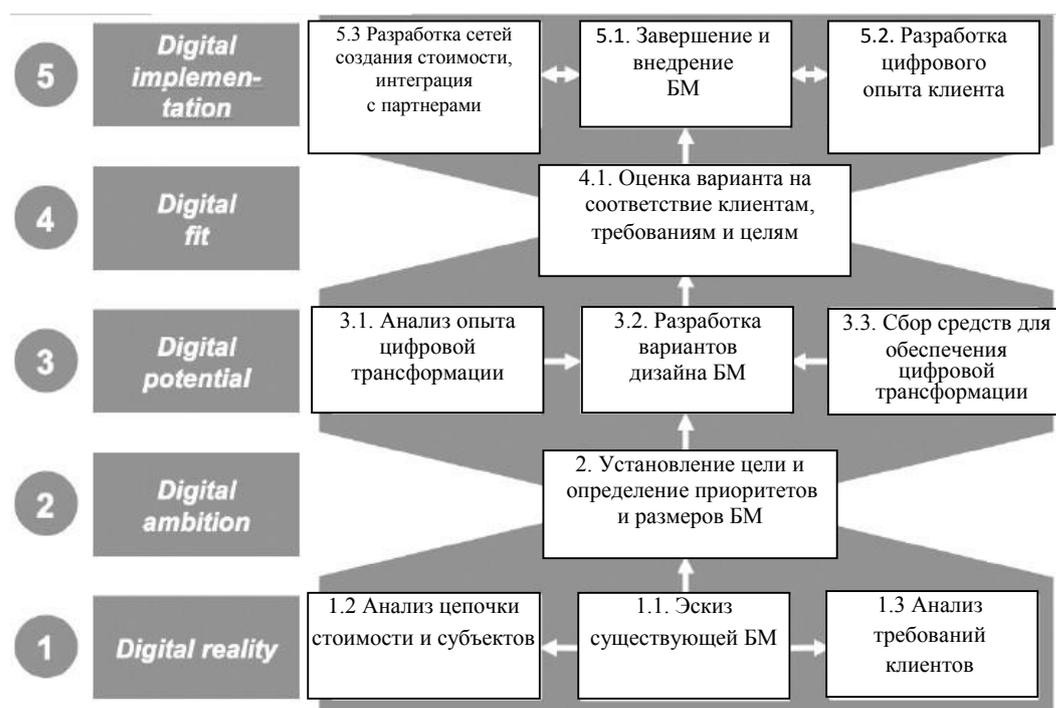


Рис. 1. Этапы процесса цифровой трансформации БМ [5, с. 6]

Третья фаза – Digital Potential (цифровой потенциал), в рамках которой устанавливаются лучшие практики и факторы, способствующие развитию цифровой трансформации. Это служит начальным этапом в плане цифрового потенциала и дизайна будущей бизнес-модели.

Четвертый шаг – Digital Fit (цифровая адаптация), где происходит анализ вариантов дизайна цифровой бизнес-модели, проводится их оценка и сравнение с существующей бизнес-моделью.

Завершающим этапом является Digital Implementation (цифровая реализация), которая включает в себя доработку и внедрение разработанной цифровой бизнес-модели [2].

Концепция безопасности трансформационных преобразований предприятия заключается в том, что преобразования могут считаться безопасными, если существующая система экономической безопасности предприятия в состоянии спрогнозировать, заблаговременно идентифицировать и оценить возможные угрозы и негативные тенденции, вызванные этими преобразованиями, обеспечить максимально возможную защиту от их воздействия, разработать и оперативно реализовать меры по их предупреждению и ликвидации или нивелирования последствий»

Обязательными компонентами, которые необходимо разработать и принять на первом этапе «цифровизации», является концепция, промышленная политика, стратегия «цифровизации» промышленности, разработка институционального обеспечения (рис. 2).

Одновременно, предприятие разрабатывает собственную концепцию и корпоративную политику по внедрению цифровых технологий.

Этапы цифровизации	Структурные компоненты системы цифровизации предприятия			
	ЦИФРОВИЗАЦИЯ промышленности	Концепция промышленная	Промышленная политика	Промышленная стратегия
ЦИФРОВИЗАЦИЯ экономики предприятия	Концепция и корпоративная политика предприятия	Стратегия предприятия и программа бюджетирования	Инструментарий (технологии, дорожная карта)	Инфраструктурное и кадровое обеспечение
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ предприятия в условиях	Концепция безопасности цифровизации	Корпоративная политика	Стратегия адаптации системы экономической безопасности	Обеспечение: методология, технология, инструментарий
ЦИФРОВИЗАЦИЯ системы экономической безопасности предприятия	Техническая поддержка	Технологии: информационно-коммуникационные и цифровые	Кадровое обеспечение	Инфраструктурное обеспечение

Рис. 2. Взаимосвязь структурных компонентов «цифровизации» и экономической безопасности предприятия

Заключение. Вызовами современности является создание общего информационного пространства и «цифровизация» бизнес-процессов. С одной стороны, система экономической безопасности предприятия получает новые задачи по защите бизнеса от негативного влияния «цифровизации», а с другой – цифровые технологии является платформой по росту эффективности системы экономической безопасности.

Список литературы

1. Лapidус Л.В. Технологии электронной коммерции и их влияние на формирование новых рынков и трансформацию традиционных бизнес-моделей / Л.В. Лapidус // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6 (71). – С. 395-399.
2. Чмерук Г.А. Особенности формирования бизнес-модели предприятия / А.Г. Чмерук // Экономические науки. Серия: Учет и финансы. – 2016. – Вып. 12. – С. 170–178.
3. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 288 с.
4. Трачук А.В. Трансформация бизнес-моделей электронного бизнеса в условиях нестабильной внешней среды / А.В. Трачук, Н.В. Линдер // Эффективное антикризисное упр. – 2015. – № 2. – С. 58-71.
5. Шаталов А.И. Взаимосвязь бизнес-модели и результатов деятельности фирмы (на материалах российских компаний отрасли общественного питания) / А.И. Шаталов // Вестник С.-Петербургского ун-та. Серия Менеджмент. – 2010. – № 2. – С. 24–54.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА НЕГО

Мудревский А.Ю., канд. экон. наук, доц.

ФГК ВОУ ВО «Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны»,
г. Ярославль, РФ
mudrevskiy@mubint.ru

Введение. Отличительным признаком новой экономики становится постоянное появление новых продуктов и услуг, а также более короткий срок жизненного цикла инноваций. Современным научным обществом доказано, что улучшение конкурентоспособности предприятий, невозможно без повышения инновационной составляющей в их экономическом развитии. Инновационный характер экономики является средством улучшения функционирования хозяйственных систем, повышения производительности труда, и, в итоге – улучшения качества жизни населения, что является глобальной целью любого государства.

Целью исследования – выявление современных теоретических положений формирования инновационного потенциала предприятия.

Основные результаты. В условиях перестройки структуры мировой экономики в Российской Федерации принята стратегия долгосрочного развития, основывающаяся на инновационной модели. Данная стратегия определяет приоритетные направления развития реального сектора российской экономики, т.е. смещает акцент с сырьевых отраслей на рынки высокотехнологичных и интеллектуальных услуг в доли ВВП. Новые продукты и прогрессивные технологии, определяя успех предпринимательской деятельности, обеспечивают долгосрочное функционирование и финансовую стабильность предприятий и экономики.

Инновационный потенциал предприятия – это совокупность технико-технологических, организационно-управленческих, интеллектуальных, финансовых, информационных, пространственных, правовых и предпринимательских ресурсов, образующих единую систему появления и развития в ней идей, обеспечивающих конкурентоспособность конечной продукции или услуг в соответствии с целью и стратегией предприятия. Величина инновационного потенциала предприятия является параметром, который позволяет оценить возможности инновационной деятельности и направления инновационного развития в стратегической перспективе. Именно поэтому в современных экономических условиях на первый план выходит научная проблема измерения и структурирования инновационного потенциала, способного обеспечить достижение приоритетных задач его инновационного развития.

Современные трактовки этой экономической категории можно сгруппировать по трем направлениям:

- *ресурсный подход*, согласно которому инновационный потенциал предприятия рассматривается как совокупность ресурсов (финансовых, материально-технических, трудовых, информационных и иных), необходимых для осуществления инновационной деятельности;

- *результативный подход*, ассоциирующий инновационный потенциал предприятия с комплексом возможностей подготавливать и осуществлять в широких масштабах эффективные научно-технические нововведения в ключевых областях;

- *диагностический подход*, позиционирующий инновационный потенциал предприятия как меру готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, то есть как меру готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений.

На основе анализа современных подходов трактовки понятия «инновационный потенциал предприятия» предложена авторская трактовка данной категории. По нашему мнению, инновационный потенциал может быть определен как способность и готовность экономического субъекта за счет имеющихся материальных и нематериальных ресурсов, технологий и(или) путем внедрения результатов научных исследований и разработок осуществлять инновационную деятельность с целью получения конкурентных преимуществ, а также достижения экономического, экологического или социально-значимого эффекта [2].

Формирование и реализация инновационного потенциала зависит от системного взаимодействия комплекса условий и факторов, которые ускоряют инновационный процесс, начиная от научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и заканчивая массовым производством продукта или применением инновационной технологии.

Если рассматривать предприятие как систему, находящуюся в постоянной взаимосвязи с внешней средой, то можно выделить две укрупненные группы факторов: внешние и внутренние. Известно, что первые являются внешними по отношению к предприятию, их изменение практически не зависит от хозяйствующего субъекта; вторые – напрямую определяются организацией работы самого предприятия.

Внешние факторы отражают общеэкономические условия деятельности предприятия, то есть сложившееся состояние экономики и уровень ее развития, отраслевую ориентацию на удовлетворение производственных и потребительских потребностей, уровень развития рынка, состояние производства в целом (оживление – подъем – спад – кризис – депрессия); государственно-правовой механизм, действенность законодательной базы и уровень ее развития, степень правовой и нормативной обеспеченности хозяйственной деятельности, устанавливающей определенные границы и запреты [1].

Поданным классификационным признакам к внешним факторам, как правило, относят: спрос и предложение, поведение потребителей, форми-

рующих спрос на инновационные продукты; возможность получения дополнительной прибыли; характер конкуренции, стратегии конкурирующих фирм; политическую ситуацию внутри страны и на международном уровне, политику государства в области инноваций; коммуникации с органами власти, заказчиками, деловыми партнерами, инвесторами; цикличность развития, обуславливающего связь деловой активности с определенной фазой цикла; природно-климатические условия; мировой уровень научно-технического прогресса [3].

По мнению многих авторов, внутренние факторы, влияющие на инновационную активность и инновационный потенциал, следует подразделять на три самостоятельные группы:

1. Организационные – состояние менеджмента; способность к инновациям, изменениям, перестройке; внутренняя структура управления;
2. Технологические – ориентация на развитие современных технологий и потребности рынка в новых продуктах;
3. Экономические – достаточность капитала, качество активов и пассивов, прибыльность и ликвидность [4].

Заключение. Таким образом, в результате классификации факторов инновационного потенциала предприятия на внутренние и внешние можно выявить факторы, обеспечивающие рост его инновационного потенциала и инновационной активности, а также негативные факторы, препятствующие повышению уровня инновационного потенциала предприятия. Анализ факторов внешней среды позволяет выявлять рыночные риски, а анализ внутренних факторов инновационного потенциала дает возможность оценить различные ресурсы предприятия с точки зрения возможности их использования для принятия стратегических решений и достижения инновационных целей развития.

Список литературы

1. Инновационный тип развития экономики: учебник / под общ. ред. А.П. Фоломьева; Российская академия государственной службы при Президенте РФ. 2-е изд., доп. и перераб. – М.: РАГС, 2008. – С. 245.
2. Мудревский А.Ю. Процесс реллокации ресурсов в условиях инновационного развития российской экономики / А.Ю. Мудревский // VII Международный научно-практический форум «Инновационное развитие российской экономики». – М.: МЭСИ, 2014. – Часть 2. – С.84.
3. Соболева О.Н. Классификация факторов инновационной активности хозяйствующих субъектов региона / О.Н. Соболева, О.В. Ноговицына // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. – 2014. – № 4. – С. 70.
4. Собченко Н.В. Факторы, влияющие на инновационную деятельность хозяйствующих субъектов / Н.В. Собченко, Л.В. Кулешова // Научный журнал КубГАУ. – 2011. – № 71(07). – С. 1-10.

ОЦЕНКА АНТИКРИЗИСНОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФУНДАМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Селиванова Ю.В., канд. экон. наук, доц., *Куликова О.В.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
kulikova10-97@ya.ru

Введение. На современном этапе развития экономики для преодоления проблем функционирования предприятия в условиях кризисных явлений существует объективная необходимость разработки новых эффективных технологий антикризисного управления. Одной из таких технологий выступает концепция формирования антикризисного потенциала, позволяющая своевременно распознавать, предотвращать и ликвидировать кризисные явления за счет сформированной системы ресурсов и компетенций предприятия. Фундаментом формирования достаточного антикризисного потенциала предприятия выступает процесс оценки его уровня, что обуславливает актуальность исследований в данном направлении.

Проблемам антикризисного управления в целом и формирования антикризисного потенциала предприятия в частности посвящены работы С.Б. Алексеева, С.Е. Кована, В.В. Красновой, Э.М. Короткова, С.Т. Пилецкой, А.Н. Ряховской и др. [1-5]. Между тем, многогранность проблем формирования антикризисного потенциала и его оценки требует дальнейших углубленных исследований в этом направлении, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Целью исследования является осмысление и систематизация теоретико-методических и практических аспектов оценки антикризисного потенциала, его функциональных составляющих на уровне предприятия.

Основные результаты. Нестабильность внешней среды дезорганизует финансовую, производственно-сбытовую, технико-технологическую деятельность предприятия, в значительной мере сказывается на его развитии и зависит от имеющегося антикризисного потенциала.

Антикризисный потенциал следует рассматривать с точки зрения ресурсно-функционального подхода с определением эффективности использования ресурсов предприятия и выделением функциональных составляющих. Согласно этому подходу, антикризисный потенциал – состояние, при котором предприятие, используя свои ресурсы, способно обеспечить устойчивое развитие. Следовательно, уровень антикризисного потенциала в соответствии с данным подходом определяется состоянием ресурсов: финансовых, производственно-сбытовых, технико-технологических и трудовых. Сообразно этому этапы оценки антикризисного потенциала целесообразно представить в виде рис. 1 [3].



Рис. 1. Этапы оценки антикризисного потенциала предприятия

Полученное значение интегрального показателя (ИАП) позволяет идентифицировать четыре уровня антикризисного потенциала: критический, низкий, средний и высокий.

Результаты практической апробации выше приведенной методики оценки антикризисного потенциала предприятия приведены в табл. 1.

Таблица 1
Оценка антикризисного потенциала ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский»

Интегральный показатель	2016	2017	2018
Производственно-сбытовая составляющая	0,4547	0,2738	0,2459
Финансовая составляющая	0,7012	0,4195	0,3137
Кадровая составляющая	1,1415	1,0789	0,6971
Технико-технологическая составляющая	0,7971	0,921	0,5329
Показатель антикризисного потенциала	0,7577	0,6429	0,4323

Из данных табл. 1 следует, что уровень антикризисного потенциала ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский» за исследуемый период (2016-2018 гг.) существенно снизился – от среднего (2016-2017 гг.) до низкого (2018 г.). Графическая визуализация антикризисного потенциала ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский» приведена на рис. 2.

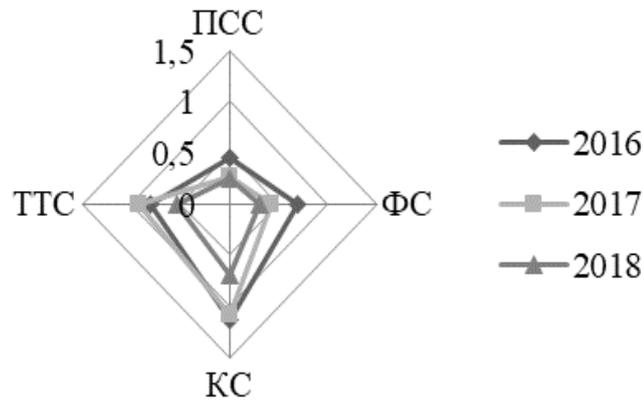


Рис. 2. Антикризисный потенциал ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский» в 2016-2018 гг.

Из рис. 2 следует, что на уровень антикризисного потенциала ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский» наиболее сильное влияние оказывает неэффективная финансовая и производственно-сбытовая политика, что снижает возможность достижения устойчивого развития предприятия.

Заключение. Таким образом, проведенное исследование показало, что на устойчивое развитие предприятия влияет уровень его антикризисного потенциала, а именно – состояние, в котором предприятие способно эффективно использовать свои ресурсы. В этой связи считаем уместным определять антикризисный потенциал предприятия с точки зрения ресурсно-функционального подхода. Он позволяет осуществлять в динамике интегральную оценку уровня антикризисного потенциала в целом и его составляющих, выявлять слабые стороны в деятельности предприятия, а также давать оценку реализации различных

Список литературы

1. Алексеев С. Б. Определение антикризисного потенциала предприятия / С. Б. Алексеев // Инженерная экономика и управление в современных условиях: Материалы научно-практической конференции, приуроченной к 50-летию инженерно-экономического факультета. – Донецк, 2019. – С. 18-22.
2. Краснова В. В. Финансовый менеджмент: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В. В. Краснова, О. Г. Кошелева; под заг. ред. В. В. Красновой. – Донецьк: ДонНУ, 2013. – 420 с.
3. Пілецька С. Т. Методика комплексної оцінки антикризового потенціалу підприємства / С. Т. Пілецька, Т. Ю. Коритько // Економіка промисловості. – 2018. – № 3(83). – С. 76-90.
4. Ряховская А. Н. Антикризисное управление: развитие научного направления и практики / А. Н. Разумовская, С. Е. Кован // Управленческие науки. – 2014. – № 3 (12). – С. 29-37.
5. Торхов С. Е. Функции антикризисного управления микроэкономическими системами / С. Е. Торхов // Вестник Поволжского института управления. – 2005. – № 8. – С. 73-80.

ОСОБЕННОСТИ РЕИНЖИНИРИНГА БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Селиванова Ю.В., канд. экон. наук, доц.,

Наборщикова Е.Г.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

lenan06@yandex.ru

Введение. В условиях экономического кризиса возникает необходимость не только разрабатывать антикризисные мероприятия и создавать антикризисные стабилизаторы, но и искать эффективные антикризисные инструменты управления предприятием. Одним из таких инструментов, используемых для радикального преобразования деятельности, выступает реинжиниринг бизнес-процессов, что обуславливает актуальность исследований в данном направлении.

Проблемам реинжиниринга бизнес-процессов посвящены работы М. Хаммера, Д. Будро, Е. Хершман, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури и др. Между тем, многогранность проблем реинжиниринга бизнес-процессов и его использования в целях антикризисного управления требует дальнейших углубленных исследований в этом направлении, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Целью исследования является осмысление и систематизация теоретико-методических и практических аспектов реинжиниринга бизнес-процессов предприятия в условиях кризиса.

Основные результаты. Реинжиниринг бизнес-процессов определяют, как метод структурированного системного подхода к изменениям в операционной деятельности предприятия. При реинжиниринге фактически пересматривается модель бизнеса, поскольку выявляются новые более эффективные способы деятельности предприятия.

В кризисной ситуации перепланирование внутренних процессов предприятия дает возможность совершить рывок, поскольку основные участники рынка стремятся адаптироваться к кризисным условиям внешне, надеясь, что проблема разрешится сама. Именно внешний кризис рынка вынуждает руководителей к решению вопросов внутри организации. Моделирование бизнес-процессов позволяет абстрагироваться от устоявшейся практики на предприятии и сосредоточиться на выполнении его основного бизнес-процесса [1]. При этом модель бизнес-процессов должна:

- отвечать требованиям формализации процессов (быть легко читаемой);
- выявлять недостатки процессов существующей модели (быть эффективнее, чем существующая бизнес-модель);

- содержать метрики и показатели эффективности процессов;
- четко разграничивать зоны ответственности за выполнение каждого этапа всех процессов.

Для формирования эффективной бизнес-модели реинжиниринг целесообразно осуществлять в два укрупнённых этапа:

- определение оптимального варианта процессов;
- разработка более рационального метода перехода к нему [2].

Фундаментом определения оптимального варианта процессов выступает анализ внешней среды, позволяющий предприятию заранее выявить возможности, составить план действий в непредвиденной ситуации, разработать системы раннего сигнала в случае возникновения угроз и стратегии, благодаря которым можно превратить эти угрозы в благоприятные возможности [4].

В этом контексте рассмотрим сильные и слабые стороны КП «ДРСУ», его перспективы и угрозы деятельности на основе SWOT-взвешенной бальной оценки.

Проведенное исследование показало, что КП «ДРСУ» характеризуется значительным количеством сильных сторон. Наиболее значимые сильные стороны КП «ДРСУ» заключаются в том, что предприятие имеет существенный опыт работы в своей сфере деятельности, а также осуществляет выполнение государственных заказов.

К наиболее значимым слабым сторонам предприятия следует отнести:

- проблемы, связанные с квалификацией рабочих, которые не способны эффективно использовать современное оборудование;
- устаревшее оборудование;
- достаточно высокая себестоимость производимых услуг, за счёт неэффективного использования техники и рабочего времени.

Среди возможностей, на которые следует обратить внимание, необходимо отметить: расширение партнерских связей по территории республики, расширение рынка сбыта услуг, а также широкая дорожно-транспортная сеть, позволяющая увеличить объем реализуемых услуг за счет имеющегося спроса.

Угрозы оказывают практически равноценное влияние на предприятие. Наибольшее негативное влияние может оказать текучесть кадров за счет низкого уровня оплаты труда.

На основе полученных результатов анализ внешней среды предприятию следует выявить бизнес-процессы, на которые в большей степени оказывается влияние негативных факторов и приступить к их реинжинирингу.

Необходимо заменить установленные управленческие механизмы на более гибкие инструменты, изменяющиеся под определенные условия

управления проектами предприятия. Далее предприятию следует поэтапно прийти к новой форме проблемных бизнес-процессов. При этом построение оптимальной модели бизнес-процессов целесообразно осуществлять в такой последовательности:

- получение всестороннее представление о сути и технологии бизнес-процесса, подлежащего реинжинирингу;
- составлении детального описания и определении границ бизнес-процесса;
- согласовании изменений с основными заказчиками;
- разработке новой формы бизнес-процесса [5].

При этом важной задачей является улучшение качества работ, сократив при этом время, которое затрачивается на их выполнение, и издержки.

Заключение. Таким образом, реинжиниринг бизнес-процессов представляет собой эффективный инструмент структурированного системного подхода к изменениям в операционной деятельности предприятия. Он позволяет сформировать предприятию гибкую систему, которая будет более устойчива к негативным воздействиям кризиса во внешней среде.

Список литературы

1. Гаджинский А. М. Логистика: учебник / А.М. Гаджинский. – 16-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 472 с.
2. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика: учебное пособие / Е. А. Голиков. – М.: Изд. дом «Дашков и Ко», 2017. – 410 с.
3. Кауфман Н. Ю. Реинжиниринг бизнес-процессов предприятий в контексте инновационного развития / Н. Ю. Кауфман // Молодой ученый. – 2016. – № 25 (129). – С. 292-295.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. изд. – Киев: Диалектика-Вильямс, 2017. – 672 с.
5. Олексин С. М. Основные аспекты реинжиниринга бизнес-процессов предприятий оптовой торговли / С. М. Олексин. – Современные технологии управления. – 2016. – №6 (66). – С. 66.

**РОЛЬ МЕЖПРЕДМЕТНЫХ СВЯЗЕЙ В ИЗУЧЕНИИ
ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТНЫЙ АНАЛИЗ» ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ПРОГРАММ «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ»
И «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»**

Стрелина Е.Н., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
o.strelina@donnu.ru

Введение. Эффективность изучения любой дисциплины в высшей школе в значительной степени зависит от правильно выстроенной логико-структурной схемы учебного плана и образовательной программы. Определение и понимание межпредметных связей, лежащих в основе изучения дисциплин, является залогом формирования грамотного специалиста. В связи с этим важное значение имеет понимание каждым из преподавателей-предметников возможностей использования знаний, умений и навыков, получаемых студентами в ходе изучения читаемых ими дисциплин не только в дальнейшей профессиональной деятельности выпускников, но и в ходе изучения последующих дисциплин образовательной программы.

Цель исследования – показать и обосновать межпредметные связи дисциплины «Проектный анализ» с другими предшествующими и последующими дисциплинами образовательной программы «Экономика предприятий» (уровень бакалавриата и магистратуры), а также «Экономическая безопасность» (уровень специалитета).

Основные результаты. Учебная дисциплина «Проектный анализ» изучается на 4-м курсе образовательных программ «Экономика предприятий» (бакалавриат) и «Экономическая безопасность» (специалитет). Объем дисциплины – 144 часа, форма контроля – экзамен. Распределение аудиторной нагрузки и самостоятельной работы для обучающихся по программе «Экономики предприятий» – 36 ч лекций, 36 ч практических, 18 ч лабораторных занятий, 54 ч СРС; для специальности «Экономическая безопасность» – соответственно 18, 36, 18, 72 ч.

Целью изучения данной дисциплины является формирование у будущего специалиста знаний, умений и навыков, позволяющих принимать инвестиционно-проектные решения на предприятиях (в учреждениях, организациях) всех отраслей экономики (для студентов программы «Экономика предприятий, уровень бакалавриата), а также гарантирующие экономическую безопасность экономических систем на микро-, мезо- и макроуровнях (для студентов специальности «Экономическая безопасность»).

Для практического усвоения знаний и выработки умений и навыков по дисциплине «Проектный анализ» студенты выполняют индивидуальное

задание по разработке и обоснованию инвестиционного проекта. Индивидуальное задание носит комплексный характер – охватывает ключевые темы курса и носит творческий характер. Выполняется большой объем расчетов, связанных с оценкой исходных показателей проекта, расчетом его денежного потока, показателей эффективности, безубыточности и рисков. При этом, при выполнении разделов инвестиционного проекта студенты используют не только новые знания, умения и навыки, получаемые при изучении дисциплины «Проектный анализ», но и применяют компетенции, уже освоенные ими при изучении предшествующих дисциплин, а также параллельно изучаемых дисциплин.

Рассмотрим межпредметные связи дисциплины «Проектный анализ» более детально применительно к разработке инвестиционного проекта на примере ООП направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиля «Экономика предприятий» (рис. 1).



Рис. 1. Межпредметные связи дисциплины «Проектный анализ»

«Проектный анализ» изучается в 7-м семестре бакалавриата. Как видно из рисунка 1, для обоснования инвестиционного проекта по направлениям проектного анализа необходимо овладеть знаниями, умениями и навыками по таким дисциплинам:

- современные технологии – для выбора современной экономически эффективной технологии с учетом имеющихся ресурсов,

- экономика предприятий – для обоснования масштаба производства, расчета операционных затрат проекта;

- маркетинг – для анализа наличия спроса на продукцию или услуги проекта, определения потенциальных потребителей, разработки маркетингового плана,

- экологический менеджмент – для оценки возможного влияния внедрения и эксплуатации проекта на окружающую среду;

- планирование и контроль на предприятии – для планирования выручки и операционных затрат по проекту,

- налогообложение и ценообразование – для расчета цены на продукцию или услуги проекта, а также выбора схемы налогообложения при расчете денежного потока;

- инвестирование – для учета фактора времени на основе дисконтирования при расчете показателей экономической эффективности проекта.

В свою очередь, «проектный анализ» является основой для изучения дисциплины программы магистратуры «Управление проектами».

Заключение. Таким образом, формирование компетенций будущего выпускника при освоении дисциплины «Проектный анализ» должно осуществляться с учетом межпредметных связей основной образовательной программы.

Список литературы

1. Основные образовательные программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, профилю «Экономика предприятий» и по специальности 38.05.01 «Экономическая безопасность» для обучающихся 2020 года набора [Электронный ресурс] // ГОУ ВПО «ДонНУ»: официальный сайт. – 2020. – Режим доступа: http://donnu.ru/public/sveden/files/38.03.01_2020.pdf (дата обращения: 23.10.2020)
2. Учебный план направления подготовки 38.03.01 Экономика, профиля «Экономика предприятий» для обучающихся 2020 года набора [Электронный ресурс] // ГОУ ВПО «ДонНУ»: официальный сайт. – 2020. – Режим доступа: http://donnu.ru/public/sveden/files/38.03.01_2020.pdf (дата обращения: 23.10.2020)
3. Краснова В. В. Проектный анализ: учебное пособие / В. В. Краснова, Е. Н. Стрелина, Ю. В. Селиванова. – 2-е изд.; испр. и доп. – Донецк: ДонНУ. – 2020. – 386 с.

МЕХАНИЗМ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Тофан А.Л., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

a.tofan@donnu.ru

Введение. Изучение способов и методов выживания, а также дальнейшего развития социально-экономического субъекта – актуальный вопрос экономической науки на любой фазе экономического развития. Проблемы, которые сдерживают социально-экономическое развитие в ДНР в целом, во многом имеют объективный характер и определяют приоритеты в государственной политике.

Цель исследования – обосновать особенности организационной модели создания механизма антикризисного управления на базе эффективной инвестиционной и структурно -инновационной политики.

Основные результаты. Выполненный в процессе исследования анализ научных публикаций позволяет констатировать, что в настоящее время в сфере правового регулирования инвестиционной деятельности сформировалось несколько основных направлений разработки инвестиционного законодательства: детальная регламентация законодательного обеспечения регуляторного процесса в сфере инвестиционной деятельности; подготовка самостоятельных нормативных правовых актов по разным аспектам инвестиционной деятельности; разработка базового Закона «Об инвестиционной деятельности»; кодификация инвестиционного законодательства, разработка «Инвестиционного кодекса».

Для совершенствования правового регулирования инвестиционной деятельности в ДНР в качестве ориентира принято действующее инвестиционное законодательство Российской Федерации. Однако, как отмечают такие авторитетные российские специалисты в области инвестиционного права, как Н. Г. Доронина, Н. Г. Семилютина, М. А. Семочкина, Е. Ф. Никитская и др., характерной чертой инвестиционного законодательства является отсутствие единого базового законодательного акта, охватывающего все основные аспекты инвестиционной деятельности. Правовое регулирование в этой сфере осуществляется посредством действия значительного количества актов, и имеющих разную отраслевую принадлежность, в результате чего возникающие в рамках инвестирования правоотношения испытывают на себе действие нескольких нормативных актов.

С позиции экономической науки инвестиционный механизм представляет собой взаимодействующую совокупность методов и форм,

источников инвестиций, инструментов и рычагов воздействия на воспроизводственный процесс на макро- и микроуровнях в интересах расширения действующего производства или авансирования вновь создаваемого производства.

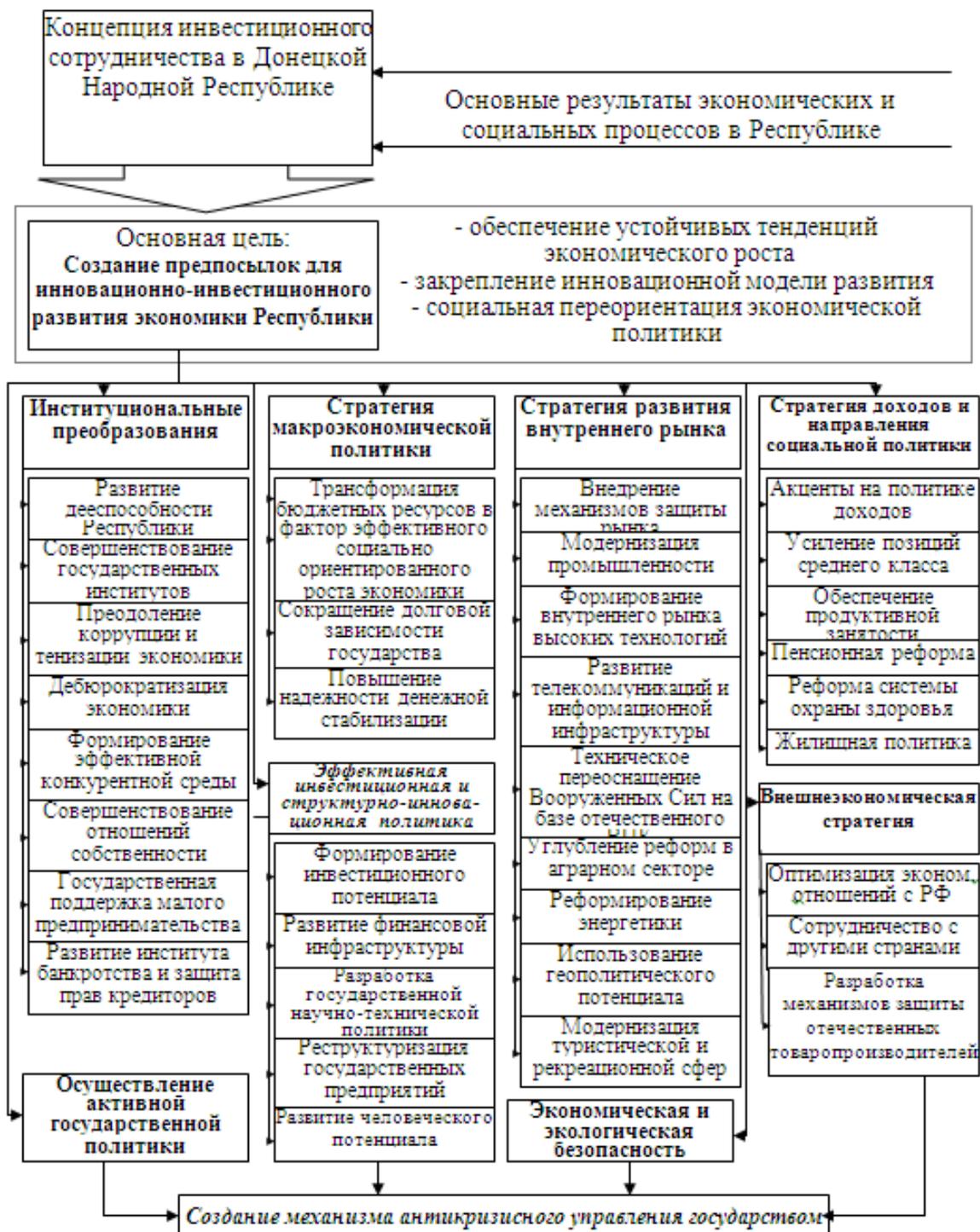


Рис. 1. Организационная модель создания механизма антикризисного управления Республики на базе эффективной инвестиционной и структурно-инновационной политики

По своей сущностной структуре инвестиционный механизм включает в себя: мотивационный блок; обеспечение финансовыми ресурсами; нормативно-правовое регулирование; методическое обеспечение; организационное обеспечение.

Каждый из перечисленных видов обеспечения имеет самостоятельное содержание и значение, которое реализуется в различных формах.

Мотивационный блок обеспечивает взаимодействие конкретного инвестиционного механизма с внешней экономической и социальной средой, с соответствующими экономическими и хозяйственными механизмами. Мотивационный блок включает в себя исследование, последовательное уточнение и детализацию (до уровня локальных целей или подцелей) всех тех мотивов деятельности и экономических ожиданий, которыми руководствуются потенциальные инвесторы при определении объектов приложения своих сил и ресурсов, которыми они располагают.

Практика регионального развития убеждает в том, что ресурсное обеспечение предусматривает исследование видов и анализ возможных направлений получения инвестиционных ресурсов.

При всем многообразии источников финансирования инвестиций и способов их организации многообразие видов ресурсного обеспечения в конечном итоге можно свести к трем основным формам:

- самофинансирование (использование для ведения инвестиционной деятельности внутренних источников финансирования);
- долговое внешнее финансирование (кредиты и займы);
- прямые внешние (реальные) инвестиции.

Нормативно-правовое регулирование и методическое обеспечение как институциональные рамки, регламентирующие инвестиционную деятельность, основываются на законодательстве Украины и соответствующих нормативных актах, принятых на уровне органов местного самоуправления, а также на методических разработках по планированию и ведению инвестиционной и инновационной деятельности в конкретных отраслях и направлениях экономического развития.

Организационное обеспечение инвестиционной деятельности включает в себя создание необходимых организационных структур, обеспечивающих действия по инициированию, развитию и контролю за достижением поставленных целей. Планирование и управление занимают особое место в инвестиционных механизмах осуществления различных проектов, обеспечивая проведение детальных расчетов движения инвестиционных ресурсов, формирование потоков наличности, анализ финансового состояния, оценку и реализацию мер по повышению эффективности инвестиционной деятельности.

Заключение.

1. Инвестиционные механизмы являются неотъемлемой частью процесса расширенного воспроизводства, а также выступают ключевым аспектом повышения эффективности функционирования экономики в целом.

2. В настоящее время именно органы республиканского управления должны максимально активизировать инвестиционные механизмы регионального развития для достижения стратегических целей развития страны.

3. Концепция активизации инвестиционных механизмов республиканского развития должна включать следующие взаимосвязанные блоки управления: мотивационный блок; обеспечение финансовыми ресурсами; нормативно-правовое регулирование; методическое обеспечение; организационное обеспечение. Взаимосвязанное внедрение таких механизмов позволит наиболее эффективно организовать инвестиционные процессы на отдельных территориях.

4. Использование инвестиционных механизмов отдельными предприятиями, реализующими конкретные проекты, и органами местного самоуправления должно согласовываться с общей стратегией социально-экономического развития Республики в целом, а также базируются на максимальном использовании предоставленных государством льгот в приоритетных направлениях развития.

Список литературы

1. Бабюк О.В. Инновационная политика и конкурентные преимущества в эпоху глобализации / О.В. Бабюк // Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 62.
2. Никитская Е.Ф. Механизмы регулирования инвестиционно-инновационной деятельностью на региональном уровне: социально-экономические и правовые аспекты [Электронный ресурс] / Е.Ф. Никитская, М.А. Валишвили // Интернет-журнал «Наукovedение». – 2016. – Т. 8, № 6. – Режим доступа: naukovedenie.ru/PDF/83EV№616.pdf.
3. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики от 02.12.2015 № 23-3 «Концепция инвестиционного сотрудничества в Донецкой Народной Республике» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://doc.dnronline.su/wp-content/uploads/2016/05/Postanov_N23_3_02122015.pdf.
4. Концепция конституционного обеспечения экономической политики государства (как основы законодательного обеспечения экономической политики): брошюра / НАН Украины, Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд». – 2008. – 26 с.
5. Пути повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти в контексте социально-экономического развития территорий: материалы IV международной науч.-практ. конф. (Донецк, 3-4 июня, 2020г.). Секция 1: Стратегическое управление развитием экономики / ГОУВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2020. – 287 с.

РОЛЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ПОДХОДОВ УПРАВЛЕНИЯ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

Фоменко А.С.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
fomenko_a@outlook.com

Введение. Современные неустойчивые тенденции, влияющие на нефтегазовый рынок, заставляют нефтегазовые компании (НК) стремительно менять подход к управлению. В последние годы нефтегазовая отрасль стала все больше отказываться от традиционных устаревших методов производства. Разработка новых месторождений, строительство новых крупных комплексов по производству нефти и газа, повышение доступности ресурсов и новых источников спроса, требует нового подхода, как в технологическом процессе, так и в управлении.

Целью исследования является определение роли современных методов управления, направленных на минимизацию негативных факторов, в ведении эффективной деятельности нефтегазовых компаний.

Основные результаты. Нефтегазовая отрасль, несмотря на наличие множества факторов неопределенности, остается основным донором госбюджета многих нефтедобывающих стран, в том числе и Российской Федерации (РФ). РФ находится на втором месте по добыче нефтегазовых ресурсов и остается крупнейшим производителем нефти в мире – ее доля на 1 квартал 2020 г. составляет 13,5 %, что увеличивает ее конкурентное преимущество (см. табл. 1).

Таблица 1

Рейтинг стран по запасам, добыче и экспорту нефти (1 кв. 2020)

Место	Страна	Добыча, млн барр./д.	Доля рынка, %	Объем экспорта, млн. барр.	Объем запасов, млрд. барр.
1	США	12,74	15,8	3,77	50,0
2	Россия	10,88	13,5	5,22	106,2
3	Саудовская Аравия*	9,73	12,1	10,6	267,0
4	Канада	4,57	5,7	3,6	169,0
5	Ирак*	4,50	5,6	3,8	147,2
6	Китай	3,92	4,8	0,49	25,9
7	ОАЭ*	3,53	4,4	2,3	97,8
8	Бразилия	3,11	3,8	1,4	13,0
9	Кувейт*	2,90	3,6	2,0	101,5
10	Иран*	2,02	2,5	1,85	155,6

*Страны ОПЕК

На фоне существующих мировых негативных тенденций в нефтегазовой отрасли РФ наиболее актуальной задачей является решение вопроса освоения инвестиций в новые технологии. Именно управление технологическим прогрессом снижает один из основных рисков нефтегазового сектора – сокращение добычи нефти. С учетом зависимости экономики РФ от нефтегазового сектора, снижение показателей добычи нефти и газа может привести к очередному кризису. Именно благодаря росту внимания к внедрению новых технологических и управленческих решений, а также внутренней государственной регулятивной системе, нефтегазовые компании РФ способны вовлечь в разработку новые месторождения, использовать и нарастить свой технологический потенциал.

Немаловажную роль в преобразовании подходов управления НК имеют применяемые в отношении РФ санкции США и Евросоюза, которые стимулируют нефтегазовые компании разрабатывать решения по устранению барьеров для достижения технологической независимости, а также решения, которые позволят эффективно влиять на формирование спроса, предложения и ценообразования на рынке нефти и газа. Кроме того, к внешним факторам, влияющим на трансформацию управленческой деятельности нефтегазовыми компаниями относятся: ухудшение условий добычи; консолидация вокруг ВИНК; рыночные особенности РФ; рост добычи малыми нефтяными компаниями; государственное регулирование ТЭК; санкции США; соглашение ОПЕК+; развитие разработки сланцевой нефти. Возможный путь, способствующий развитию и преодолению нефтегазовыми компаниями РФ негативных внутренних и внешних факторов – концентрация внимания на разработке прогнозируемых моделей спроса и предложения, корректного формирования бюджета, обеспечении стабильности макроэкономических показателей за счет использования цифровизации, новых стратегий и технологий в производственном и управленческом процессах.

В стратегию управления компаниям нефтегазовой отрасли необходимо включить такие принципы как:

1. Коммерческая целесообразность (поддержание портфеля активов за счет утверждения тех проектов, которые будут прибыльными при базовой цене на нефть (40 долларов США за баррель Urals в ценах 2017 года с ежегодной индексацией на 2 % с 2018 года).

2. Финансовая дисциплина: сокращение затрат, стандартизация и сотрудничество с другими партнерами в случае повышения цен на нефть; анализ всех операционных решений с учетом экономики проекта полного цикла; поддержание высокого уровня свободного денежного потока.

3. Техническое обслуживание активов.

4. Использование эффективных методов ведения деятельности, которые позволят заменить постоянные затраты на переменные, уравновесить риски и увеличить доходность.

5. Политика цифровизации, позволяющая повысить эффективность и расширить возможности в производственной деятельности предприятий нефтегазового сектора: создание системы координации цифровой трансформации НК; формирование единой информационной среды в НК; цифровизация управления и контрольно-надзорной службы в НК.

6. Привлечение в отрасль специалистов в области технологий и повышение их квалификации.

7. Реализация наиболее устойчивой долгосрочной стратегии, учитывающей требования современной мировой экономики, исходя из собственных возможностей.

8. Кооперация образования, науки и бизнеса.

Заключение. Таким образом, для дальнейшего эффективного функционирования нефтяным компаниям необходимо приложить значительные усилия по созданию стратегии инновационного внедрения технологических и управленческих решений, которые должны быть синхронизированы совместно с усилиями государства. С учетом приведенных стратегических принципов, формируя образ работы на будущее, преимуществом будут обладать те компании нефтегазовой отрасли, которые вне зависимости от волатильности фундаментальных факторов рынка, смогут в дальнейшем сохранить бизнес за счет снижения возникающих рисков. Эффективное внедрение новых подходов в управлении позволит повысить эффективность функционирования нефтегазовых компаний и обеспечить экономическую безопасность РФ.

Список литературы

1. Итоги работы Минэнерго России и основные результаты функционирования ТЭК в 2018 году. Задачи на среднесрочную перспективу/ А.В. Новак. – Москва 5 апреля 2019 г. [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL: https://minenergo.gov.ru/prezentaciya_kollegiya_2019.pdf (дата обращения: 30.08.2020).
2. Официальный сайт Министерства энергетики Российской Федерации. [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL: <https://minenergo.gov.ru/activity/statistic>(дата обращения: 28.05.2020).
3. Обзор нефтесервисного рынка России – 2019. Исследовательский центр компании «Делойт» в России. – Москва [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL: https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/energy-and-resources/topics/oil-gas-chemicals.html?icid=top_oil-gas-chemicals (дата обращения: 27.08.2020).
4. Центральное диспетчерское управление топливно-энергетического комплекса [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL: http://www.cdu.ru/tek_russia/issue/(дата обращения: 12.07.2020).
5. Биржевой портал №1 [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL:<https://take-profit.org/statistics/crude-oil-production/>(дата обращения: 28.05.2020).
6. BP Statistical Review 2019, OPEC Monthly Oil Market Report, Rystad Energy UCube Base, прогноз – ИМЭМО [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал. – URL:<https://wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analytics/rossiya-neft-i-gaz/>(дата обращения: 08.07.2020).

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Щетинская Я.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

shchetynska@donnu.ru

Введение. Социальная сфера является «иждивенцем» бюджетов всех уровней, при этом сама сфера постоянно расширяется и требует к себе большого внимания. В этих условиях чрезвычайно актуальной становится проблема поиска финансовых средств, в том числе дополнительных внебюджетных источников, привлечение к решению важнейших социально-экономических проблем всех групп общества, что влечет за собой экономическую безопасность государства. Одним из таких общественных институтов, способных эффективно справиться с решением многих общественных проблем, привлечь дополнительные финансовые ресурсы в отрасли социальной сферы, а также содействовать их оптимизации и распределению в национальной экономике, является социальное предпринимательство.

Целью исследования является развитие теоретико-методологических основ исследования приоритетных направлений социальной экономики и разработка научно-практических рекомендаций по развитию социального предпринимательства в ДНР для обеспечения экономической безопасности.

Основные результаты. Приоритетными направлениями государственного управления в формировании социальной экономики для экономической безопасности с точки зрения ее составляющих выступают: создание условий для обеспечения достойного уровня жизни населения; развитие трудового потенциала; развитие народонаселения; формирование среднего класса; недопущение чрезмерной дифференциации населения по уровню доходов населения; улучшение состояния здоровья населения; предоставление адресной помощи незащищенным слоям населения; всестороннее развитие образования и культуры.

Однако общепризнанные в структуре социальной политики направления формирования социального предпринимательства должны быть дополнены и возможностью обеспечения качества жизни, которая может быть оценена только на основе критерия «степень реализации социальных потребностей личности». Одна из проблем, связанных с возможностями социального предпринимательства, – это социальная адаптация, которая рассматривается на различных уровнях анализа и управления: на макроуровне – как адаптация того или иного общества к

меняющейся среды; на мезоуровне – при анализе адаптации различных социальных групп; на микроуровне – как анализ индивидуальных стратегий адаптации индивидов.

Согласно с принятыми научными гипотезами исследования такими подсистемами могут быть: демографическое развитие; материальное положение населения (материальное благополучие) состояние и здравоохранение; уровень воспроизводства жизненных условий населения: социальная среда; условия проживания населения; развитие рынка труда.

И так, социальное предприятие – это негосударственное, неприбыльное предприятие, которое ориентировано на решение социальных проблем отдельных групп населения, при этом основой организационной формы выступают объединения граждан в кооперативы, объединения взаимопомощи и ассоциации, что в целом приводит к повышению экономической безопасности государства.

Заключение. На основании выше сказанного можно сделать следующие выводы:

1. Экономические отношения некоммерческого сектора являются неотъемлемым элементом современной экономики. Функционирование некоммерческого сектора способствует социальной стабильности, достижению нового качества экономического роста и безопасности государства.

2. Функции частного и некоммерческого секторов существенно изменились в процессе эволюции рыночной системы.

3. Самостоятельное функционирование социального предпринимательства предполагает по некоторым направлениям достижение социальной направленности рыночных отношений без прямого государственного вмешательства в экономику. Это позволяет сократить размер государственных расходов на социальную сферу, минимизировать искажения рыночного механизма и сохранить его эффективность,

4. Феномен социального предпринимательства является весьма значимым в гуманистически акцентированном обществе. Социальное предпринимательство охватывает достаточно широкий диапазон действий социальных предпринимателей.

5. В странах СНГ и ДНР пока нет ни правовой, ни экономической среды, где учитывалась специфика отечественного социального предпринимательства. Таким образом, успешное внедрение концепции социального предпринимательства требует нескольких важных условий.

6. Необходимость правового регулирования. Концепция социального предпринимательства сформировалась в условиях англосаксонской правовой системы, где статус благотворительной организации (а соответственно и налоговые льготы) предоставляется в зависимости от цели деятельности (общественное благо), а не организационно-правовой формы. Согласно российскому законодательству о некоммерческих организациях,

любая коммерческая деятельность НКО облагается налогами, как и предпринимательская деятельность, что может существенно замедлить развитие социального предпринимательства.

7. Наличие необходимой кадровой базы. Одним из существенных условий развития социального предпринимательства является наличие предпринимателей, лидеров, способных взять на себя ответственность за развитие и реализацию новых идей. Представляется, что в системе высшего образования должны появиться специальные программы по обучению руководителей некоммерческих организаций.

8. Формирование новых финансовых инструментов для поддержки некоммерческих проектов. Помимо грантов необходимо развивать кредитные инструменты финансирования некоммерческих организаций, например, таких, которые оказывают платные услуги. Перспективным видится и совершенствование венчурной филантропии.

9. Наличие необходимой инфраструктуры. В данном случае под инфраструктурой понимаются ресурсные и исследовательские центры, инкубаторы некоммерческих организаций, система обмена информацией и опытом и т. д.

Список литературы

1. Арай Ю. Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: подход к построению типологии / Ю. Н. Арай // Российский журнал менеджмента. – 2018. – Т. 16. – № 2. – С. 253-272.
2. Багг-Левин Э. Социально-преобразующие инвестиции. Как мы меняем мир и зарабатываем деньги / Э. Багг-Левин, Дж. Эмерсон. – Москва: Политическая энциклопедия, 2017. – 271 с.
3. Борнштейн Д. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей / Д. Борнштейн. – Москва: Альпина Пабlishер, 2015. – 550 с.
4. Вайнер В. Л. Международный опыт поддержки социального предпринимательства. Документы и кейсы Республики Корея для развития социального предпринимательства в России / В. Л. Вайнер. – Москва: Издательство Олега Пахмутова, 2016. – 88 с.
5. Калашников Ю. Хорошее дело. Социальное предпринимательство / Ю. Калашников. – Красноярск: Поликор, 2018. – 144 с.
6. Кикал Дж. Социальное предпринимательство. Миссия – сделать мир лучше / Дж. Кикал, Т. Лайонс. – Москва: Альпина Пабlishер, 2014. – 430 с.
7. Никитина О. А. Основы социального предпринимательства: учебное пособие [Текст] / О. А. Никитина. – Санкт-Петербург: Издательство СПбГЭУ, 2017. – 107 с.
8. Плюхина А. А. Ключевые аспекты нового законопроекта о социальном предпринимательстве / А. А. Плюхина, М. С. Мельников // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – № 2-1. – С. 136-144.

Менеджмент

УДК 334

К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Быкова М.В.

ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого», г. Тула, РФ
info@tspu.ru

Введение. Для современных организаций (компаний) корпоративная социальная ответственность является одним из важнейших и приоритетных направлений развития, залогом их будущего успеха. Перспектива такой ответственности основана на функциях бизнеса, связанных с существующими проблемами, выходящими за рамки простого достижения экономической эффективности. В этом контексте, главной задачей бизнеса становится удовлетворение социальных потребностей общества, возложенных на него правительством, и связанных с несовершенством рынка (в частности, внешним эффектом экономической деятельности). Роль современного бизнеса в обществе заключается также и в установлении связей между социальной ответственностью и экономическими результатами. Важность и необходимость повышения социальной ответственности бизнеса обсуждается сегодня на самом высоком государственном уровне. При этом, участниками этого процесса должны стать как частные организации (компании), так и государственные корпорации, и компании с государственным участием [1].

Основная часть. Что же подразумевает термин «корпоративная социальная ответственность»?

Корпоративная социальная ответственность (КСО) рассматривается как реализация интересов организации (компании) посредством обеспечения социального развития ее коллектива, и активного участия организации (компании) в развитии общества.

Общие принципы КСО:

- социальная ответственность организации (компании) перед партнерами;
- социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями;
- корпоративное социальное развитие;
- забота о здоровье и безопасности персонала в организации, и на рабочем месте;

- социально-ответственная политика в отношении работников, управление адаптацией и развитием персонала;
- экологическая ответственность и экологическая политика, грамотное и рациональное использование природных ресурсов; защита окружающей среды;
- тесное взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями, с целью решения общих социальных проблем;
- социальная ответственность организации (компании) перед обществом в целом.

Внедрение принципов КСО в деятельность современных организаций (компаний) должно стать системным, интегрированным во все бизнес-процессы. Принимая ответственные управленческие решения, руководители организаций (компаний) обязаны учитывать не только экономические, но также социальные и экологические факторы, что позволит им усилить влияние своей деятельности на общество, и окружающую среду, в целом. А значит, быть полностью ответственным за него. При этом, каждому эффективному руководителю, думающему об успехе своей организации (компании) важно понимать, что КСО не пустое дополнение к их основному виду деятельности. Оно не может также ограничиваться только безвозмездной помощью или поддержкой. Это нечто большее, требующее особого подхода. Не менее важна и просветительская работа среди персонала организации (компании). Поскольку, персонал должен знать и понимать, для чего и к чему приведет внедрение КСО в деятельность организации (компании).

Критерии качества внедрения принципов КСО следующие:

- качество менеджмента;
- качество производимой продукции;
- способность привлекать и удерживать квалифицированные кадры;
- финансовая прочность;
- финансовая прозрачность;
- эффективное использование корпоративных активов;
- долгосрочная инвестиционная привлекательность;
- использование новейших современных технологий и инноваций;
- ответственное отношение к обществу и окружающей среде [3].

Во мировом сообществе организации (компании), которые пытаются уклоняться от КСО, как правило, не имеют перспективы дальнейшего успешного развития, не обладают необходимым имиджем и положительной деловой репутацией. Трудно найти партнеров в деловой среде. У потребителей отсутствует повышенный спрос на производимые ими товары и услуги [2].

Сегодня, в России, пока еще только ведущие организации и компании понимают важность и необходимость внедрения деловой практики

КСО в свою деятельность. Однако, было бы не правильным отрицать и тот факт, что все более популярным становится подготовка прозрачной социальной отчетности. Несмотря на то, что большая часть организаций (компаний) направляет свои усилия в области КСО, в основном, на благотворительность, не учитывая и не затрагивая многих других важнейших аспектов, охватываемых концепциями этой деятельности.

Нельзя не отметить и тот факт, что особую социальную ответственность в условиях пандемии продемонстрировал именно бизнес, показав готовность оперативно подключаться к решению самых острых животрепещущих проблем: как сохранить бизнес, какие меры предпринять, чтобы защитить сотрудников, что сделать, чтобы сохранить клиентов, как поддержать общество в целом? Именно социально-ответственное поведение организаций (компаний) помогло им адаптироваться в сложной, новой для всех, ситуации, выработать новую стратегию поведения.

Заключение. Таким образом, в настоящее время, следование принципам корпоративной социальной ответственности способствует более эффективному достижению организациями (компаниями) их стратегических целей, позволяет осуществлять долгосрочные инвестиции в создание благоприятного социального окружения, как внутри организации, так и за ее пределами. Что, в итоге, позволяет бизнесу реализовывать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивом развитии в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения / М. Г. Авилова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 1-5. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm>.
2. Строева О. А. Корпоративная социальная ответственность: российские и зарубежные стандарты / О. А. Строева, Н. В. Мироненко, Х. М. Иванов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2016. – № 1. – С. 38-42.
3. Савина И. В. Сущность и роль инвестиционной деятельности на предприятии / И. В. Савина, М. В. Быкова, С. А. Гришина // Актуальные проблемы социально-экономического развития предприятий, отраслей, комплексов: Материалы Международной научно-практической конференции (г. Тула, 20-21 ноября 2019 г.). – Тула: АНО ВПО «Институт экономики и управления», 2019. – 147 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Вертиль Н.Н., канд. экон. наук,

Бедин Е.Д.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

n.vertyl@donnu.ru

Введение. В современном мире проблемы эффективности деятельности организаций являются одними из основных проблем участников рыночных отношений, функционирующих в условиях высокого уровня неопределенности, конкурентной борьбы, присутствия кризисных явлений, наличия политических и экономических проблем в стране. Повышение эффективности функционирования предприятия является первоочередным направлением решения указанных проблем, что, в свою очередь, невозможно без надлежащей оценки ее деятельности.

Вопросу «оценка эффективности деятельности организации» посвящено множество научных исследований и публикаций такими авторами, как Р. Каплан, Д. Нортон, К. МакНейр, Р. Ланч, К. Кросс, Д.С. Синк, В.К. Кондрашова, И.В. Кальницкая, О.Г. Исаева, Е.М. Мерзликина, С.А. Бескоровайная и другими.

Цель исследования – рассмотреть современные подходы к оценке эффективности деятельности организации. Определить особенности оценки эффективности деятельности организации в современных условиях.

Основные результаты. Согласно стандартам ГОСТ Р ИСО 9001-2015 эффективность (Efficiency) деятельности организации рассматривается как соотношение между достигнутым результатом и использованными ресурсами [1].

При оценивании результатов деятельности принято различать экономическую, организационную и социальную эффективность.

Экономическая эффективность отражает степень использования материальных, финансовых, трудовых, природных и других ресурсов – меру расходов на достижение поставленных целей.

Организационная эффективность характеризует качество построения организации; качество системы ее управления; реакцию на организационные изменения; процесс принятия управленческих решений.

Социальная эффективность отражает соответствие расходов и социальных результатов деятельности организации целям и социальным интересам общества; формирование корпоративного духа и соответствующего психологического климата в коллективе.

Подходы к оценке эффективности – это актуальные методы анализа, предоставляющие организации информацию о результатах и успешности ее деятельности в рамках определенного промежутка времени.

Для полного оценивания эффективности используют совокупность данных, которые отражаются в бухгалтерских, финансовых, управленческих и других учетных отчетах организации.

В экономической литературе выделяют следующие основные подходы к оценке и анализу эффективности деятельности организации:

1. Традиционный подход;
2. Сбалансированная система показателей;
3. Пирамида эффективности.

1. Традиционный подход основывается на классической модели «Дюпон» или «Рентабельность собственного капитала» и предполагает оценку эффективности на основе трех концептуальных составляющих: рентабельность продаж, оборачиваемость активов и финансовый леверидж.

Идея данного подхода заключается в том, что для оценки эффективности деятельности необходимо сконцентрироваться на оценке внутренних финансовых показателей и не брать во внимание любое внешнее влияние на организацию. В рамках данного подхода увеличение прибыли за счёт снижения издержек является главным индикатором роста эффективности. Анализ эффективности деятельности происходит на основании данных финансовой отчетности предыдущих периодов, эффективность будущих периодов поставлена в прямую зависимость от ранее достигнутых результатов.

Недостатками модели являются то, что финансовая отчетность не является абсолютно надежным источником информации о комплексной эффективности деятельности организации.

2. Сбалансированная система показателей (ССП) – «BalancedScorecard», разработанная Д. Нортон и Р. Капланом в 1992 г., является одним из самых популярных подходов к оценке эффективности деятельности организации в практике отечественного менеджмента.

Идея, лежащая в основе данного подхода, заключается в обеспечении «баланса» между оценкой финансовых и нефинансовых показателей, которые имеют важное значение для понимания организационных мероприятий, ведущих к устойчивой и долгосрочной деятельности. С помощью СПП руководители получают общее представление о деятельности организации, отслеживая небольшое число ключевых показателей, которые в совокупности отражают четыре аспекта: клиентский аспект, критерий внутренних бизнес-процессов, показатель обучения и развития кадров, финансовый аспект.

Использование СПП позволяет руководителям фокусироваться не только на финансовых показателях, а также отслеживать, контролировать и вносить коррективы в иные аспекты деятельности организации.

3. Пирамида эффективности, созданная К. МакНейром, Р. Ланчем и К. Кроссом в 1990-ом году, представляет собой инструмент анализа и оценки результатов деятельности, построенный на концепциях глобального управления качеством, промышленного инжиниринга и учета.

Как и в работе Нортон и Каплана, ее основная идея заключается в выявлении связи между общей стратегией организации и финансовыми показателями ее деятельности.

Пирамида эффективности кроме финансовой составляющей оперирует такими элементами, как рынок, производительность, инновации, клиенты, качество, время поставки, производственный цикл и потери (брак).

Таким образом, данный подход демонстрирует целостную картину эффективности организации, отслеживая большое число ключевых аспектов деятельности, и учитывает как финансовые, так и нефинансовые показатели.

Заключение. Подходы к оценке эффективности – это устоявшиеся концепции оценивания и сравнения полученных результатов деятельности организации с объемом ресурсов, которые были затрачены. Данные подходы демонстрирует не только результаты, но и то, каким образом они были достигнуты, рассматривая основные аспекты деятельности организации.

Таким образом, в современных условиях для оценки эффективности деятельности организации используются как финансовые, так и нефинансовые показатели.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9000–2015. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ. 2015–09–28. – М.: Стандартинформ. – 2015. – 53 с.
2. Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д. Нортон, Р. Каплан. – М.: ОлимпБизнес. – 2016. – 320 с.
3. Кальницкая И. В. Оценка эффективности и результативности деятельности организации / И. В. Кальницкая // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №2. – С. 312-319.
4. Половян А. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А. В. Половян, Н. Н. Вертиль. – 2017. – 122 с.
5. Бедин Е. Д. Сущность понятия «результативность деятельности предприятия» / Е. Д. Бедин // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». – Донецк: ДонНУ, 2019. – Вып. 11, том 3: Экономика. – С. 26–30.

СТРУКТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИСУБЪЕКТНЫХ СРЕД В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ

Гришина И.В., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
giv1707@mail.ru

Введение. Управление изменениями в условиях возрастающей значимости социальной ответственности менеджмента, предполагает учет определенных ограничений в области применяемых методов, инструментов и технологий управления. Стремление социально-ответственных менеджеров обеспечить гармонизацию интересов человека, общества и организации обуславливает необходимость формирования условий для сотворчества заинтересованных сторон в процессе управления организационными изменениями, а также формирования и эффективной организации полисубъектных сред. Эффективное функционирование полисубъектных сред зависит от влияния целого ряда факторов групповой динамики. Ключевое влияние оказывают структурные факторы.

Цель исследования – исследование структурных факторов эффективности полисубъектных сред в процессе управления изменениями.

Основная часть. На эффективность функционирования полисубъектных сред влияет множество факторов (структурные, социально-психологические, поведенческие, энвайроментальные), но как показывает практика точкой отсчета выступают именно структурные факторы, поскольку к ним относят относительно стабильные объективные обстоятельства, которые трудно, а иногда и невозможно изменить, поэтому учитывать их необходимо как определенные ограничения.

Разнообразие основных структурных факторов представлено на рисунке 1. Их содержание проявляется в следующем:

1. В соответствии с классическим подходом к организации групповой работы, по мере увеличения количества членов, уменьшается средний индивидуальный вклад в общегрупповой результат, что проявляется в эффекте «социальной лени» [1, с. 223–224]. Чем меньше по численности группа, тем интенсивнее в ней взаимодействие. В соответствии с так называемым «числом Миллера» оптимальной считается рабочая группа из 7 ± 2 человек, непосредственно взаимодействующих друг с другом (все определяется временем взаимодействия, уровнем сложности решаемых задач, уровнем эмоционального интеллекта участников и пр.). Эффективность полисубъектных сред может также зависеть от профиля команды и баланса ролей в ней. Ролевой состав полисубъекта должен соответствовать требованиям задач, для выполнения которых она создана [2].

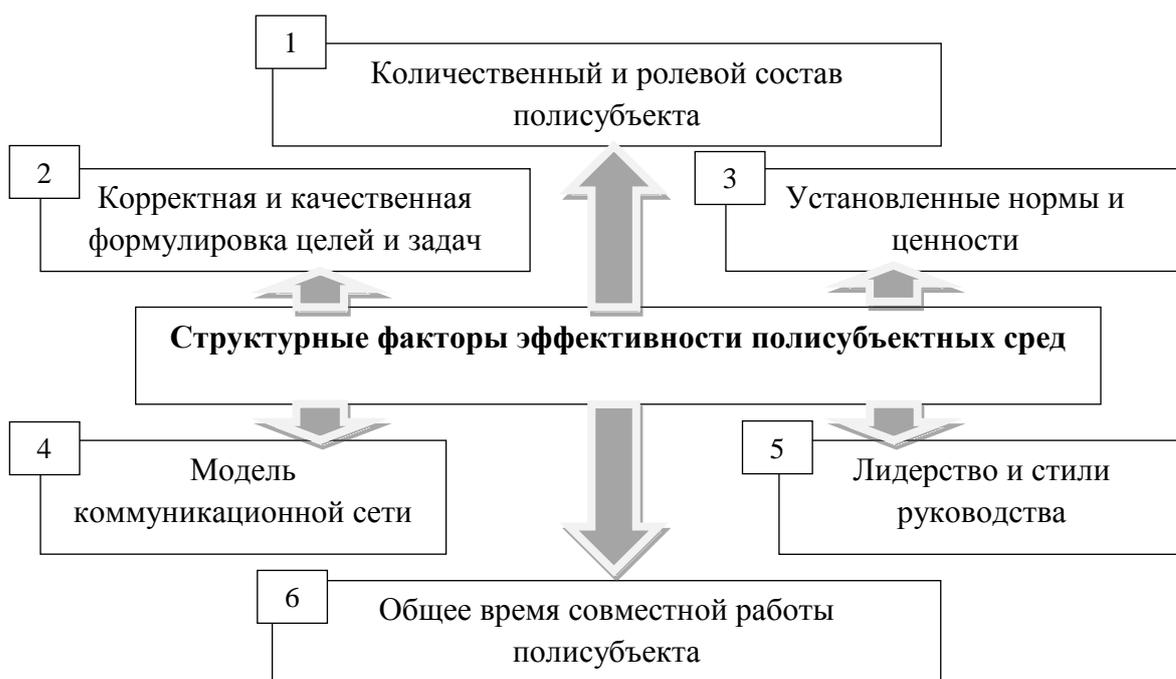


Рис. 1. Структурные факторы эффективности полисубъектных сред

2. Корректная формулировка целей в процессе управления изменениями обеспечивается учетом основных критериев оценки цели в соответствии с методикой SMART, то есть цель должна быть конкретной (четкой), измеримой (должны быть конкретные индикаторы ее достижения), достижимой и реалистичной с точки зрения сильных и слабых сторон организации и возможностей и угроз, которые несет в себе внешняя среда и определенной во времени. Кроме того, качественная формулировка целей и задач, предполагает выделение таких параметров, как важность цели групповой деятельности и понимание методов и способов достижения цели. Необходимо учитывать специфику, взаимосвязь и сложность решаемых задач.

3. Эффективность полисубъектных сред в процессе управления изменениями во многом определяется тем, насколько нормы поведения, принятые в группе, нацелены на достижение высоких результатов ее работы, а установленные ценности в рамках полисубъекта способствуют формированию инновационной культуры.

4. Эффективность полисубъектных сред зависит и от выбора централизованной или децентрализованной модели коммуникационной сети, тип которой в первую очередь зависит от тех задач, которые выполняет группа. Так, использование централизованной модели коммуникационной сети будет эффективней, если группа выполняет относительно простые задачи, т.к. позволяет сделать меньше ошибок и быстрее достичь цели. Если предстоит решение более сложной задачи, то

прохождение всей информации через одного человека на центральной позиции будет отнимать много времени и препятствовать проявлению инициативы остальным членам группы. Здесь эффективней использовать децентрализованную модель, поскольку она предоставляет всем участникам полисубъектной среды одинаковые возможности для участия в коллаборации и контроле.

5. Лидерство как тот или иной социально-психологический феномен руководства в полисубъектной среде можно рассматривать как выражение групповых интересов, мнений и настроений, которые учитывает и генерирует модератор, направляя всю работу на достижение конечных результатов. В теории и практике менеджмента выделяют три типа такого лидера — организатор, специалист, интеллектуал, однако особый тип лидерства возникает тогда, когда он становится реорганизатором (инноватором). Следует отметить, что лидер (модератор) оказывает непосредственное влияние на достижение групповых целей, т.к. на него возложены функции с высокой степенью ответственности: организация группы, координация ее действий, обеспечение внешних связей, принятие решений; регулирование межличностных отношений полисубъекта и прочие. Таким образом, конструктивная, деструктивная или нейтральная направленность деятельности лидера, впрочем, как и его стиль руководства, имеет непосредственное влияние на эффективность полисубъектных сред. При этом, мера влияния лидера на группу является довольно динамичной величиной: то есть в зависимости от ситуационных параметров она может возрастать или снижаться [3].

6. Общее время совместной работы субъектов в рамках полисубъекта свидетельствует о стадии его развития, его объективной способности эффективно работать. Прежде чем наступает период высокой производительности, полисубъект проходит несколько этапов формирования. Изменение состава полисубъекта может отбросить его на более раннюю стадию развития, что потребует повторного проведения процедуры структурного сопряжения.

Заключение. Таким образом, при построении поля сил на одном из этапов управления изменениями необходимо учитывать влияние на формирование и организацию эффективной деятельности полисубъектных сред всех структурных факторов.

Список литературы

1. Платонов Ю. П. Социальная психология поведения / Ю. П. Платонов. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
2. Белбин М. Р. Типы ролей в командах менеджеров / М. Р. Белбин; Пер. с англ. – М.: ИПРО, 2003. – 315 с.
3. Красовский Ю. Д. Организационное поведение / Ю. Д. Красовский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 487 с.

КОАДАПТАЦИЯ КАК КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Комарницкая Е.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
e.komarnitskaya@donnu.ru

Введение. Следует отметить, что в современных условиях ни одно предприятие не может длительное время занимать устойчивую позицию на рынке, основываясь только на конкурентоспособности своей продукции, а угледобывающие предприятия напрямую зависят от факторов внешней среды. Поиск мероприятий по управлению конкурентными преимуществами предприятия ДНР остается актуальным.

Цель – изучение коадаптации и поиск путей внедрения взаимозависимых адаптаций на всех уровнях деятельности предприятия.

Основная часть. Угледобывающие предприятия нуждаются в отрегулированном комплексе взаимозависимых адаптаций на всех уровнях деятельности предприятий, направленные на их устойчивое развитие, т.е. в коадаптации (рисунок 1).

Достижение этого возможно на следующих взаимозависимых уровнях:

- государственное регулирование отрасли, включающее ряд программ развития и поддержания предприятий, осуществляющих хозяйственную деятельность, т.е. политическая адаптация;
- усовершенствование оборудования предприятия в соответствии с современными направлениями развития машиностроения, т.е. технологическая адаптация;
- экологическая, направленная на минимизацию негативного влияния на окружающую среду;
- экономическая, которая включает в себя проведение мероприятий, направленных на усовершенствование оборудования предприятия в соответствии с современными направлениями развития машиностроительного комплекса.

Стабильная экономическая среда обуславливает благоприятные внешние условия деятельности угледобывающих предприятий, в которых оно функционирует. При этом успех производственно-хозяйственной деятельности предприятия зависит от его стойкости, на уровень которой они имеют непосредственное влияние.

Предприятию необходимо проводить оценку конкурентоспособности, позволяющую принять решение относительно конкурентного состояния предприятия на рынках сбыта и разработки маркетинговой стратегии на перспективу, что включает исследование рынка сбыта,

проведение экономического анализа деятельности предприятия, внутренние исследования предприятия.



Рис. 1. Коадаптация как комплекс мероприятий для повышения конкурентных преимуществ предприятия

Исследование рынка сбыта заключается в ряде проводимых анализов всех аспектов, таких как анализ потребителей, анализ конкурентов, отраслевые исследования, анализ внешних условий сбыта и др.

При проведении экономического анализа предприятия необходимо обратить внимание на такие показатели, как рентабельность предприятия, произвести оценку стоимости активов, провести анализ ключевых финансовых результатов и оценить уровень потенциальной неконкурентоспособности.

К внутренним исследованиям отнесем анализ маркетинговой стратегии, анализ организационной структуры, анализ затрат, анализ производственно-сбытовой деятельности, «портфельный анализ» и выявление сильных и слабых сторон предприятия.

Маркетинговая стратегия позволит определить перспективный подход к планированию и прогнозированию и разработать путь достижения устойчивого конкурентного преимущества.

Анализ организационной структуры выявляет, на каком из этапов деятельности предприятия существует недостаток планирования и контроля. Ряд предложенных анализов позволит принять решение о стратегии и тактике предприятия, что особенно актуально для угледобывающих предприятий Донецкой Народной Республики.

Анализ данных показателей должен производиться параллельно с финансовой оценкой экономических показателей деятельности предприятия. Такой подход позволит делать выводы и о деятельности исследуемого предприятия, и об отрасли в целом.

Заключение. Проведение исследований, направленных на поиск повышения конкурентных преимуществ предприятия приобретает большее значение в условиях становления экономики Донецкой Народной Республики. Коадаптация позволит повысить конкурентные преимущества предприятия.

Список литературы

1. Ильичев В.Г. Устойчивость, коадаптация и промысел в дискретных моделях экологии / В.Г. Ильичев, О.А. Ильичева // Экология. экономика. информатика. серия: системный анализ и моделирование экономических и экологических систем. – 2019. – № 1. – С. 291-295.
2. Кривошеев А.Ю. Интеллектуальный капитал как основа для создания инновационных бизнес-процессов на предприятиях малого бизнеса / А.Ю. Кривошеев // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века: Сборник тезисов докладов международной научно-практической конференции (г. Санкт-Петербург, 15-16 ноября 2018 г.). – Санкт-Петербург, 2018. – С. 427-435.
3. Левкин Н.В. Современные методологические подходы к изучению организационной культуры предпринимательских структур / Н.В. Левкин // Вестник ТОГУ. – 2009. – №3 (14). – С. 77-86.

СБАЛАНСИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Кострова Ю.Б., канд. экон. наук, доц., *Костров Б.А.*

Филиал ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
ubkostr@mail.ru

Введение. Актуальным вопросом является дополнение и совершенствование идеи сбалансированной системы показателей: сбалансированной может быть и система показателей, и менеджмент компании, опирающиеся не только на индикаторы и цели, но и факторы, предпочтения стейкхолдеров, объекты менеджмента, способы инновационной деятельности. Следовательно, следует преобразование функций и технологий менеджмента. Дополнение и улучшение идеи, заложенной в основе сбалансированной системы показателей, осуществляется в различных сферах науки и практической деятельности. Сегодня в границы концепции сбалансированного управления пока еще не зафиксированы и нуждаются в подтверждении и совершенствовании.

Основная часть. Создание и совершенствование сбалансированного управления компанией необходимо в ситуации усиления последних тенденций изменения экономической и управленческой сфер [4].

Данные изменения влекут появление и применение новых способов управления компанией и новых управленческих решений. Для выяснения ключевых компонентов сбалансированного управления необходимо детально рассмотреть сбалансированное корпоративное управление.

В настоящее время теория корпоративного управления расширяется и выходит за пределы управления организациями [2]. Весьма ценным представляются исследования рубежей и внутренней структуры компании. В этой связи актуальной представляется системно-интеграционная теория организации. Ее основная идея заключается в том, что организация представляет собой интеграцию семи составляющих: ментальной, культурной, институциональной, когнитивной, технологической, имитационной и исторической.

Такой взгляд значительно трансформирует традиционное видение относительно продукции компании, состоящей не только из товаров и услуг, но и из правил, знаний, решений и шаблонов поведения, корпоративной культуры, менталитета и т.д. Следовательно, трансформируется обмен. Организации обмениваются не только продукцией, но и кейсами, нормами и пр.

В индустриальной экономике ключевую роль играла материальная сфера. В настоящее время другие сферы также начинают выходить на

первый план: когнитивная, ментальная, имитационная и пр. В данных обстоятельствах основным объектом управления становятся нематериальные потоки и запасы, осуществляется управление знаниями, культурой компании, ментальными моделями работников, формированием прецедентов, укреплением доверия и т.д. [1].

Заключение. Таким образом, в настоящее время изменяется видение об инвестиционных процессах. Во вложения в интеллектуальный капитал кроме финансовых средств, направленных на обучение работников, выстраивание сети сбыта, обновление информационных систем, формирование бренда и прочее включают нематериальные инвестиции [3]. Последние включают корректировка ментальных моделей работников; привлечение новых элементов в корпоративную культуру; совершенствование норм, регулирующих внутреннюю жизнь организации; вкладываемые знания; внедряемый опыт аналогичных компаний. Традиционные рассуждения об инновационном менеджменте обычно затрагивают вопросы конкурентных преимуществ. Обычно реализация тех или иных инноваций ассоциируется с конкурентными преимуществами. Однако на практике оказывается, что во многих случаях материально-вещественные инновации не обеспечивают устойчивых конкурентных преимуществ в современном мире. Дело в том, что современные коммуникационные возможности обеспечивают быстрое распространение информации, а вместе с ней и явных знаний.

Список литературы

1. Кадомец А.В. К вопросу о сущности интеллектуального капитала в культуре XXI века / А.В. Кадомец, Л.А. Горбачева, О.Ю. Шибаршина // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века»: Сборник научных трудов. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2015. – С. 66-71.
2. Кострова Ю.Б. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2018. – 142 с.
3. Кострова Ю.Б. Разработка и внедрение системы стимулирования персонала на предприятии / Ю.Б. Кострова, А.В. Камзев // Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. – Махачкала: Институт социально-экономических исследований Дагестанского научного центра Российской академии наук, 2017. – С. 518-522.
4. Шибаршина О.Ю. Маркетинг услуг социальной сферы в контексте устойчивого развития / О.Ю. Шибаршина // Устойчивое развитие: общество, экология, экономика: материалы XV международной научной конференции. – Москва: Московский университет имени С.Ю. Витте, 2019. – С. 716-722.

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Кравец Е.О., канд. экон. наук, доц.,

Луцык Ю.Н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

www.yulia.lucuk1991@mail.ru

Введение. В настоящее время образовательные организации сталкиваются с ситуацией реформирования, что неизбежно ведет к трудностям в управленческой сфере. Это обусловлено изменениями в работе внутри коллектива, что приводит к стрессу и конфликтам среди него. При возникновении конфликтных ситуаций часто факторы экономического, социального, идеологического, культурного характера соединяются воедино.

Цель – выявление сущности «управление конфликтами» и его особенностей в общеобразовательных организациях.

Основная часть. Проблематика управления конфликтами в общеобразовательных организациях приобретает особое значение при совершенствовании педагогического мастерства.

Исследование современной научной литературы по вопросу управления конфликтами в образовательных организациях позволило выделить ряд подходов к определению понятия «управление конфликтами».

Ученые Чередниченко И.П., Тельных Н.В. рассматривают «Управление конфликтом как воздействие, направленное на устранение причин, породивших конфликт, или на коррекцию поведения участников конфликта» [1].

Анцупов А.Я., Шипилов А.И. утверждают, что управление конфликтом – сознательная деятельность, осуществляемая по отношению к конфликту на всех этапах его возникновения, развития и завершения, имеющая целью изменение (как правило, улучшение) естественной динамики конфликт [2].

Сербиновский Б.Ю. рассматривает управление конфликтом как целенаправленное воздействие, которое устраняет (минимизирует) причины, ставшие источником конфликта, или направлено на коррекцию поведения участников конфликта [3].

Быстрянец С.Б., Гусев К.А., Лосев С.А. дают такое определение «управление конфликтом – это процесс, в ходе которого осознается наличие конфликта, определяется его природа и применяется соответствующая методология, чтобы рассеять существующую эмоциональную энергию и дать возможность конфликтующим сторонам понять и решить свои различия» [4].

Таким образом, можно утверждать, что управление конфликтом представляет процесс, включающий в себя изучение происхождения проблемной ситуации, текущего состояния конфликта и перспектив по его изменению или устранению.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что к вопросам управления конфликтами проявляет интерес ряд ученых. При этом можно определить, что управление конфликтами рассматривается одной группой исследователей через деятельность, а другой группой - через процесс, но специфичности проблемы конфликтов в общеобразовательных организациях, не уделено должного внимания.

По нашему мнению, управление конфликтами в общеобразовательных организациях должно рассматриваться как с позиции личности и касаться поведения самого работника в конфликтных ситуациях (внутренняя составляющая), так и с позиции способа воздействия руководителя организации (внешняя составляющая).

Основные этапы управления конфликтами в общеобразовательных организациях представлены на рисунке 1.

Начальный этап представляет наиболее широкий интерес для изучения, т.к. на этом этапе выявляются причины возникновения конфликтов. Следующим этапом предстает предупреждение одних конфликтов и стимулирование других, это связано со сложностью согласования интересов сотрудников и общества. Этап регулирования конфликтов заключается в процессе руководства, управления конфликтной ситуацией, поиск методов и подходов. Итоговым выступает этап, на котором происходит непосредственно разрешение конфликта.



Рис. 1. Основные этапы управления конфликтами в общеобразовательных организациях

Управление конфликтами в общеобразовательных организациях происходит на двух уровнях:

- 1) внешнем;
- 2) внутреннем.

Внешний уровень включает в себя управление вышестоящими контролирующими органами: государственные и общественные органи-

зации, которые регулируют взаимоотношения как между педагогическим коллективом и обществом, так и непосредственно внутри всей системы образовательных услуг.

К внутреннему уровню относятся управление конфликтами через индивидуальные и групповые стратегии разрешения конфликтов. В данных условиях особо важное значение приобретает развитие коммуникативных навыков каждого педагогического работника и использование базовых техник ведения переговоров [5].

Особая ответственность за урегулирование конфликтными ситуациями находится на руководителе образовательного учреждения. Для управления конфликтами имеются следующие механизмы:

- личное участие в урегулировании конфликта, позволяет использовать авторитет руководителя;
- издание нормативного акта, который регулирует этические отношения внутри коллектива;
- внесение изменений и поправок в коллективный договор с целью регулирования взаимоотношений между администрацией образовательного учреждения и коллективом.

Основной целью в управлении конфликтами является создание благоприятного климата и доброжелательных отношений в рабочем коллективе, что будет способствовать его развитию.

Заключение. Изучение вопросов управления конфликтами в общеобразовательных организациях имеет важное значение и является актуальной, требует дальнейшего изучения и более глубокого рассмотрения.

Список литературы

1. Чередниченко И.П. Психология управления: Серия «Учебник высшей школы» / И.П. Чередниченко, Н.В. Тельных. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 608 с.
2. Анцупов А.Я. Словарь конфликтолога / А.Я. Анцупов, А.И. Шипилов. – СПб: Питер, 2006. – 528 с.
3. Сербиновский Б.Ю. Управление персоналом: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 464 с.
4. Быстрянец С.Б., Гусев К.А., Лосев С.А. Внутрифирменные связи с общественностью и управление конфликтами [Электронный ресурс]. – URL:<http://dvo.sut.ru/libr/soirl/i093byst/> (дата обращения 15.10.2020 г.)
5. Маркова С.М. Модель профессионально-педагогического образования педагога профессионального обучения / С.М. Маркова, В.Г. Горлова // Вестник Мининского университета. – 2014. – № 1. [Электронный ресурс]. – URL: (<https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/461/437>) (дата обращения 15.10.2020 г.)

ОЦЕНКА ВЫБОРА МЕТОДА СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

kuzhelechka@yandex.ru

Введение. Изменения качественных и количественных показателей, характеризующих тенденции функционирования социально-экономических систем (СЭС), влекут за собой динамичное развитие и регионов. Стратегический анализ экономики региона – одна из функций стратегического управления, позволяющая оценить полученные результаты с выявлением полного комплекса проблем.

Вопросами стратегического анализа РСЭС в контексте оценки внутренней и внешней среды, занимались многие ученые: Д. Аакер, Ф. Ф. Байрушина, А. А. Захарова, Д. Ю. Лапыгин, Р. М. Сафуанов, О. С. Сухарев и др.

Целью исследования является выявление проблем выбора методов стратегического анализа РСЭС в контексте их систематизации.

Основные результаты. Изучение региона как социально-экономической системы позволяет принимать эффективные управленческие решения органами управления. Стратегический анализ подразумевает *субъективно-творческий подход*, позволяющий выявлять позитивные и негативные направления его развития.

Каждый регион – составляющая или компонента определенной политической и социально-экономической системы, но более масштабной. Поэтому при выборе методов оценки нужно учитывать факторы более высокого уровня.

Опыт большинства стран свидетельствует, что наиболее часто используемым методом стратегического планирования регионального развития является SWOT-анализ, позволяющий определять потенциальные возможности и проанализировать препятствия при существующих угрозах. Однако его применение в регионах РФ свидетельствует об обратном, что поясняется поверхностностью, а, следовательно, неточностью результатов. Полученные результаты часто имеют двоякое толкование, что не дает возможности их последующего использования [1, с. 159].

Существующая вариативность методов, позволяет использовать процедуру стратегического планирования РСЭС с максимально полной оценки факторов внутренней и внешней среды. Так, Д. Аакер отстаивает идею применения *метода бальной разбалловки на основе экспертных оценок по выбранным критериям* (скорингованный метод) и с которым стоит согласиться [2, с. 174].

Выбор метода оценки РСЭС строится на выделении этапов стратегического анализа развития региона. Ключевым, по мнению А.А. Захаровой, является *информация* [3]. Представленная информация экспертами является фундаментом, определяющим вектор выбранного курса и будущих результатов развития РСЭС. Максимально точная и полная информация позволяет далее разрабатывать критерии экспертных оценок, что станет основой расчета социально-экономического потенциала региона на основе влияния внутренней и внешней среды, которые, как целое, определяют будущие ориентиры его развития.

Тем не менее, при обосновании метода стратегического анализа РСЭС нужно помнить *аксиомы* (аксиоматика теории эффективности):

- экономическая система может быть эффективной, но при этом ненадежной;

- экономическая система может быть эффективной, и, вместе с тем, неустойчивой;

- экономическая система при любой эффективности может быть устойчивой, но ненадежной и наоборот – надежной и неустойчивой;

- неэффективная экономическая система может быть и устойчивой, и надежной. При этом потенциал надежности такой системы быстро сокращается, а вот устойчивость она может сохранять на протяжении более длительного периода;

- система оптимальна, когда она эффективна, устойчива и надежна;

- система находится на пике дисфункциональности, когда она характеризуется неэффективностью, ненадежностью и неустойчивостью [4, с. 74-76].

Учитывая перечисленные аксиомы, выделим алгоритм стратегического анализа РСЭС, включающий *этапы*:

I. Опыт. Он длительно накапливался руководством исследуемого региона, с целью построения специфической системы оценки стратегического развития.

II. Учет компонентов. Часто авторы называют их блоками и подразумевают наполнение РСЭС: территория, население, природные ресурсы, местоположение и т. п. Их учет строится на статистической информации, которая представляет собой ряд лет (десятилетий).

III. Пояснение. Благодаря параметральности (качественно-количественным показателям) делается обоснование, позволяющее доказать корректность будущих действий.

IV. Критериальность. Все результаты соответствуют предельности нормального показателя, описывающего состояние исследуемого региона.

V. Сценарность, т. е. возможный прогноз развития региональной системы.

VI. Способность противостоять кризисным явлениям, которые всегда естественны в условиях экономической безопасности (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм стратегического анализа РСЭС
(составлено автором на основании [5])

Следовательно, приведенный алгоритм носит классический вариант. Но практика свидетельствует о применении чаще отраслевого подхода при разработке стратегии развития РСЭС, в частности, анализ внутренней среды строится на реальном секторе экономики и социальной сферы, а внешней – природопользования и окружающей среды. Что касается опыта регионов РФ, то он часто представлен непоследовательностью компонентов стратегического анализа (существует «разрыв» между этапами или отсутствием обоснования выборки факторов).

Заключение. Таким образом, оценка выбора методов стратегического анализа РСЭС в контексте их систематизации позволила логично обосновать на основании алгоритмизации целесообразность применения скорингового метода как более точного при определении ориентиров дальнейшего ее развития.

Список литературы

1. Лапыгин Д. Ю. Методы анализа факторов развития региона / Д. Ю. Лапыгин // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. – № 2. – С. 159-168.
2. Aaker, D. A. Business strategy: from a study of the market environment to develop win-win solutions / D. A. Aaker. – М.: Eksmo, 2007. – P. 338.
3. Zakharova A. A. Development of information system of regional innovation systems strategic planning / A. A. Zakharova // Mountain of information-analytical bulletin. Mining Engineering: Proceedings of the VII VNPC with international participation. Separate issue. – 2010. – № SI3. – P. 227-235.
4. Сухарев О. С. Эволюция экономических систем: структурные изменения, проблемы технологического развития и эффективности / О. С. Сухарев. – Новочеркасск: «НОК», 2012. – 120 с.
5. Сафуанов Р. М. Теоретические аспекты стратегического регионального анализа / Р. М. Сафуанов, Ф. Ф. Байрушина // Bulletin USUES. Science, education, economy. Series economy. – 2016. – Vol. 16, № 2. – P. 14-19.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доц.,

Акимова Д.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

dasha.akimova98@mail.ru

Введение. Современные реалии указывают нам на активное формирование и наращивание социальных активов территорий. Субъектами образования данного ресурса могут выступать как индивидуумы, так и организации, понимающие прямую взаимосвязь социальной ответственности со своей конкурентоспособностью. Данное условие является главной необходимостью в развитии и достижении поставленных целей. При этом вне зависимости от особенностей субъектов и выполняемых ими задач, предполагается использование системного подхода и грамотного использования инструментов социальной ответственности.

Целью исследования является формирование стратегии предприятия на основе корпоративной социальной ответственности в контексте авторской доработки этапов.

Основная часть. В настоящее время с активным развитием рынка формируют новое видение о задачах корпоративного управления. На данном этапе социальная ответственность является не просто составляющей организации, которая обеспечивает конкурентные преимущества, а некой платформой для планирования и регулирования всех сфер деятельности предприятия.

Взаимосвязь между корпоративным управлением и корпоративной социальной ответственностью (КСО) проявляется при разработке и реализации социально ответственных мероприятий. На данном этапе выявляются особо рискованные зоны для предприятия и формируются меры по устранению негативных факторов.

Изучив труды авторов в сфере корпоративной социальной ответственности, определим несколько этапов формирования стратегии предприятия с учетом корпоративной социальной ответственности.

1-й этап. Формирование рабочей группы. На данном этапе стоит обратить внимание на компетенции сотрудников, которые занимаются разработкой и внедрением КСО-стратегии. Именно недостаточный уровень знаний в этой сфере может стать препятствием для разработки более глобальных стратегий компании. Главной задачей на данном этапе становится интегрирование КСО в основные бизнес-процессы предприятия, для получения максимальных социально-экономических результатов.

2-й этап. Изучение особенностей функционирования бизнес-единицы и составление ее «портрета». В данный этап входит несколько блоков мероприятий. Одним из первых блоков является составление «портрета» изучаемого объекта, его внутреннего потенциала и характера внешней среды. На данном этапе изучается миссия предприятия, проводится диагностика деятельности и портфеля активов, а также анализируется внутренняя среда. Во время исследования деятельности компании и портфеля ее активов следует обращать внимание на изучение ресурсного потенциала организации.

Следующим блоком в изучении особенностей компании есть анализ ключевых потребностей стейкхолдеров и оценка возможностей предприятия по их удовлетворению. На данном этапе исследуется характер взаимодействия организации с заинтересованными сторонами, которые прямо или косвенно влияют на эффективность ее деятельности.

3-й этап. Построение системы сбалансированных показателей (ССП). Этот новейший инструмент, который используется для эффективного контроля над соотношением различных элементов общей картины. Включает в себя такие основные этапы управления предприятием как планирование и постановка целей, реализация планов, контроль за достижением поставленных целей, корректировка бизнес-процессов в зависимости от изменений внешней и внутренней среды.

В процессе построения комплексной стратегии КСО следует формулировать стратегические цели и задачи, учитывая потребности стейкхолдеров. Для каждой цели устанавливаются определенные финансовые или нефинансовые показатели, которые позволяют оценить степень достижимости стратегической цели. СПП является некой основой для разработки других стратегий, которые касаются всех видов деятельности предприятия. Данная система показателей позволяет сконцентрировать усилия всех подразделений на достижение общей цели.

4-й этап. Формирование стратегической карты предприятия. Данный этап способствует улучшению качества стратегического управления во всех сферах деятельности предприятия, так как цели и стратегические мероприятия, которые проводятся в рамках КСО, положительно влияют на постановку задач и формулировку показателей эффективности. Достигается путем горизонтальной интеграции целей. Данные цели и задачи, поставленные в результате изучения ключевых потребностей стейкхолдеров, образуют главное основное ядро стратегии КСО. Правильно поставленные цели способствуют удовлетворению потребностей, а также достижению баланса интересов сторон, что ведет к получению конкурентных преимуществ.

5-й этап. Организационно-административные преобразования. Данный этап характеризуется преобразованием организационной структуры предприятия. Организационная структура должна соответствовать

разработанной стратегической карте предприятия и удовлетворять требования: побуждать сотрудников выполнять свои обязательства; способствовать развитию основных деловых качеств и активности сотрудников при реализации стратегии, а также допускать модификацию стратегий в соответствии с ожиданиями стейкхолдеров.

6-й этап. Разработка и утверждение плана реализации мероприятия. При разработке плана следует учитывать график выполнения работ, ответственных за выполнение работ, а также описание меры ответственности сотрудников за реализацию мероприятий стратегии КСО и способов их мотивирования.

7-й этап. Разработка и утверждение системы контроля реализации мероприятий стратегии КСО. На данном этапе необходимо вести контроль за ходом выполнения запланированных мероприятий. Также следует оценивать результаты стратегии КСО реализуемые на предприятии. Качественный и достоверный анализ в рамках стратегии КСО достигается путем «обратной связи» со стейкхолдерами и корректировки программ в соответствии с выявленными изменениями внешней и внутренней среды.

По итогам проводимых мероприятий в области КСО, следует скорректировать корпоративные программы в соответствии с потребностями целевой аудиторией и возможностями компании.

Заключение. Реализация комплексной стратегии КСО является неотъемлемым элементом стратегии эффективного и устойчивого развития организации в условиях рыночной экономики. Благодаря введению данной концепции, компания способна уменьшить количество производственных издержек за счет создания благоприятной среды, что ведет к повышению уровня конкурентоспособности на рынке.

Список литературы

1. Гареева А. Р. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития компании [Электронный ресурс] / А.Р.Гареева // Инновационная экономика: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 147-150. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/130/6324/>. (дата обращения: 08.10.2020).
2. Формирование стратегии корпоративной социальной ответственности: монография / Т. Ю. Грибцова, Г. С. Мерзликина; М-во образования и науки Российской Федерации, Волгоградский гос. технический ун-т. – Волгоград: ВолгГТУ, 2014. – 154 с.
3. Харитоновна Е. Н. Управление социально ответственной деятельностью промышленных предприятий / Е. Н. Харитоновна. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – 202 с.

К ВОПРОСУ О РАЗРАБОТКЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Лящук Ю.О.

Филиал ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
ularzn@mail.ru

Введение. Одной из проблем экологии страны и отдельных регионов являются промышленные отходы предприятий. Даже при полном использовании сырья и энергетически замкнутом производстве в нем имеются отходы. Выявлено, что количество отходов, которые не вовлекаются во вторичный хозяйственный оборот, возрастает, а условия хранения и захоронения не соответствуют требованиям экологической безопасности.

Основная часть. Загрязнение окружающей среды отходами производства характерно не только для страны в целом, но и для каждого региона по отдельности. Около 20 % всех отходов производства ежегодно размещаются в отвалах и накопителях промышленных предприятий.

Стоит отметить, что в России около 90 % промышленных отходов создаются в отраслях экономики, связанных с добычей природных ресурсов, и из них только половина используется.

На различных предприятиях отходы используются по-разному: вторичное использование, отдача сторонним организациям, отвоз на захоронения или просто лежат отвалами на производстве [5].

Важное значение, как с точки зрения оказания негативного воздействия на окружающую среду, так и с позиции необходимости и возможности использования, принадлежит отходам и отбросам [3].

Отходы – это образовавшиеся в процессе производства и потребления остатки вещества, обладающие реальными в данных условиях потребительскими свойствами, благодаря чему они могут быть использованы для удовлетворения тех или иных производственных потребностей.

Отбросы представляют собой появляющиеся как в процессе производства, так и в процессе потребления остатки вещества, которые в данных конкретных условиях в производственных целях использованы быть не могут, поскольку не обладают реальными потребительскими свойствами.

При этом следует подчеркнуть, что многие виды отбросов обладают в современных условиях потенциальными потребительскими свойствами, благодаря которым их производственное применение необходимо рассматривать как ближайшую перспективу.

Вся совокупность отходов и отбросов производства и потребления приобрела термин «техногенные образования» [4].

Отходы образуются на промышленных предприятиях: химических, металлургических, машиностроительных и т.д.

Отходы производства или невостребованные продукты переработки сырья могут содержать как вредные компоненты, которые опасно выбрасывать в окружающую среду, так и полезные, которые нецелесообразно выбрасывать.

Большинство видов отходов, занимающих в общей массе техногенных образований более 80 %, обладая реальными полезными для производства свойствами, выступают своеобразными (не природными, а техногенными) источниками исходного сырья, что крайне важно в условиях возрастающего дефицита и роста цен на первичные природные ресурсы.

Необходимо подчеркнуть, что ежегодные темпы роста объемов образования отходов и отбросов в последние десятилетия превышают темпы роста физических объемов производства основных видов промышленной продукции. Обусловлено это тем, что с течением времени в виду выработки месторождений с богатым содержанием полезного вещества приходится использовать залежи с меньшим его содержанием, и, соответственно, с большим содержанием пустой породы.

Конкретно обращение с техногенными образованиями подразумевает: вовлечение в хозяйственный оборот (производственное применение) образующихся (текущих) и накопленных отходов, обладающих потребительскими свойствами; удаление и хранение в специально отведенных местах неиспользуемых отходов и отбросов; обезвреживание, включая и захоронение, токсичных (опасных и особо опасных для окружающей среды) отбросов; утилизацию, то есть подготовку (сбор, предварительная обработка и складирование) предназначенных к применению отходов по месту их образования или реализации на сторону.

С помощью достижения науки и техники, направленные на совершенствование процесса обращения с отходами производства, станет возможным разработка и внедрения более эффективных методов обращения (обезвреживания, нейтрализации, захоронения и т.п.) с особо опасными для окружающей среды отбросов, так и создания новых экологически более чистых (малоотходных) технологий переработки исходного природного сырья в готовый продукт [2].

В данном случае речь идет о таких новациях, как комбинирование производства и повышение комплексности использования исходного сырья на этой основе; организация переработки образующихся отходов по разработанным и используемым другими предприятиями технологиям, а также другие организационные мероприятия, для внедрения которых необходимы принятие и реализация соответствующих управленческих решений.

Анализируя ситуации с выбросами и сбросами, можно сделать вывод, что атмосфера и водные объекты находятся в непригодном

состоянии. Предприятия предпочитают платить штрафы за сбросы в водные объекты и за выбросы вредных веществ в атмосферу, используя затратный подход, но также существует экономический подход, к которому необходимо стремиться, так как если предприятие не будет платить штрафы, оно получит предотвращенный ущерб и приблизится к уровню Европейских стран [1].

Заключение. Предотвращенный экологический ущерб – это стоимостное выражение наступающих в результате реализации экологических инвестиционных проектов позитивных последствий в окружающей среде, выразившихся в сокращении выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, сбросов в водоемы, а также в производственном применении образующихся или накопленных отходов.

Таким образом, экологическая политика промышленного предприятия базируется на следующих слагаемых: выбросы в атмосферу вредных веществ, сбросы промстоков в водные объекты, отходы и отбросы, международные стандарты.

Список литературы

1. Егашев С.Н. Регулирование процессов модернизации сельскохозяйственных предприятий в Российской Федерации / С.Н. Егашев, А.М. Кулакова, О.Ю. Шибаршина // Конкурентное, устойчивое и безопасное развитие экономики АПК региона: материалы межвузовской студенческой научно-практической конференции. – Рязань: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева, 2018. – С. 42-49.
2. Кострова Ю.Б. Направления совершенствования государственной поддержки сельскохозяйственного производства Рязанской области / Ю.Б. Кострова, В.В. Туарменский, О.Ю. Шибаршина // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 2 (100). – С. 28-34.
3. Кострова Ю.Б. Место и роль технопарков в решении проблем экологии / Ю.Б. Кострова, В.В. Туарменский, О.Ю. Шибаршина, Ю.О. Лящук // Актуальные проблемы современного общества и пути их решения в условиях перехода к цифровой экономике: материалы XIV международной научной конференции. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 111-118.
4. Кострова Ю.Б. Зарубежный опыт управления развитием экологической культуры / Ю.Б. Кострова // Россия и мир: развитие цивилизаций. Уроки прошлого, угрозы будущего: материалы X международной научно-практической конференции. – Москва: Институт мировых цивилизаций, 2020. – С. 98-101.
5. Шибаршина О.Ю. Кластерный подход как основа инновационного развития АПК / О.Ю. Шибаршина // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8. – № 4 (29). – С. 392-394.

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ ОРГАНИЗАЦИИ

Новикова И.И., канд. экон. наук, доц.,

Краснощек К.Ю., Смольникова К.С.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет

имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ

kras-kris@mail.ru

Введение. В современной рыночной экономике все большее внимание уделяется проблемам, связанным с управлением персоналом. Реализация принципиальных задач по увеличению конкурентоспособности, рентабельности и эффективности производства находятся в тесной взаимосвязи с качественным составом и потенциалом персонала. Существенное влияние на определение и интенсивное достижение стратегических перспектив развития предприятия оказывает уровень вовлеченности персонала в стратегические процессы развития организации.

Целью исследования является выявление особенностей структуры системы управления персоналом при реализации долгосрочных целей и задач организации.

Основная часть. Персонал выступает важнейшим ресурсом любой компании. От материальных факторов производства его отличает возможность самостоятельно принимать решения и критически относиться трудовым требованиям, имеет субъективные интересы и чрезвычайно чувствителен к управленческим воздействиям. Следовательно, чем крупнее предприятие и сложнее его организационная структура, тем с большими трудностями сталкивается руководство при организации бесперебойной работы этого механизма. В подобной ситуации компании просто необходима правильно выстроенная и продуманная до мелочей структура управления персоналом, базирующаяся на системном подходе по отношению к направлениям формирования и регулирования кадрового состава компании [1].

Рассматривая процесс организации работы по управлению кадрами предприятия как одно из ключевых направлений стратегического управления, важно понимать структуру данной системы. Уникальное сочетание методов, программ и процедур влияния организации (управляющей подсистемы) на свой кадровый состав (управляемая подсистема) для максимального вовлечения их потенциала при достижении собственных задач на долговременную перспективу составляют общую структуру управления персоналом (рисунок 1) [5]. В процессе обоснования, выработки,

принятия и реализации управленческих решений происходит формирование целей, функций, организационной структуры управления персоналом, определяются вертикальные и горизонтальные функциональные взаимосвязи руководителей и специалистов, что отражает организацию работы по управлению персоналом.

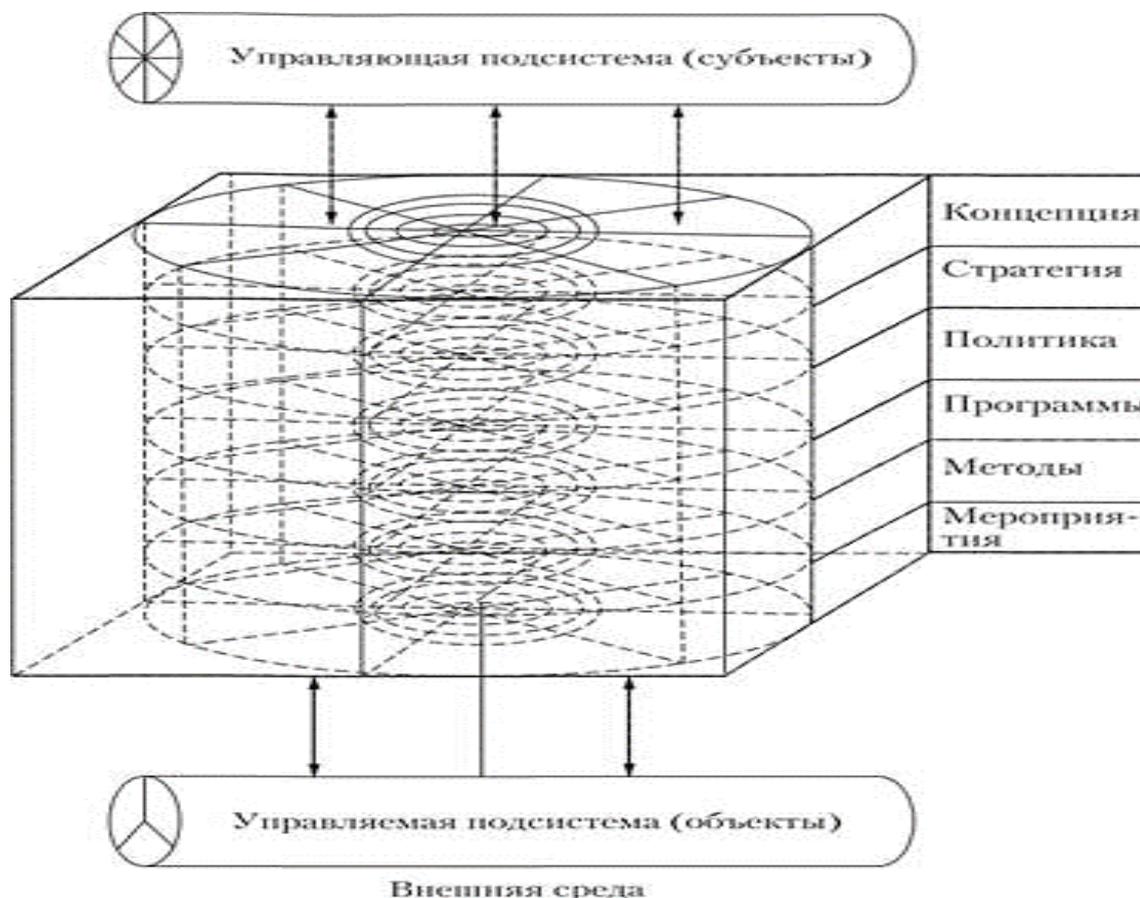


Рис. 1. Общая структура системы управления персоналом [5]

Принятие и эффективная реализация стратегических управленческих решений напрямую связано с определением целей, функций, организационной структуры управления персоналом, успешностью действующих вертикальных и горизонтальных функциональных взаимосвязей руководителей и специалистов, что отражает организацию работы по управлению персоналом [4].

Управление персоналом, как и любая система, характеризуется собственными принципами функционирования.

Согласно позиции, Е. Маслова, принципы организации управления персоналом представляют собой совокупность устойчивых правил целенаправленной деятельности людей в процессе управления [2].

Р. Марданов классифицирует принципы системы управления персоналом на принципы, определяющие требования к формированию системы управления персоналом (обусловленность функций управления персона-

лам целям производства, прогрессивность и перспективность; экономичность, научность; оперативность, комплексность; согласованность и др.) и принципы, характеризующие направления развития системы управления персоналом (адаптивность системы управления персоналом целям предприятия, специализация и др. Реализация принципов системы управления персоналом происходит исключительно во взаимодействии) [3].

В качестве способов реализации принципов выступают методы управления персоналом. Большое распространение в научной литературе получили административные, экономические и социально-психологические методы, которые рассматриваются как дополняющие друг друга. Следует заметить, что наибольший эффект и качество системы управления персоналом достигаются в случае применения методов в комплексе.

Заключение. Организация работы по управлению персоналом организации происходит в рамках соответствующей системы, которая представляет собой элемент управления организацией в целом. Грамотная работа по организации управления персоналом позволяет рассматривать персонал как конкурентный потенциал компании, который посредством размещения, развития и мотивации обеспечит достижение стратегических целей предприятия.

Список литературы

1. Банько Н. А. Управление персоналом: Учебное пособие / Н. А. Банько, Б. А. Карташов, Н. С. Яшин. – Волгоград : ВолгГТУ, 2016. – 96 с.
2. Маслова В. М. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / В. М. Маслова. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 127 с.
3. Марданов Р. Х. Управление персоналом на основе процессных технологий / Р. Х. Марданов, Ф. М. Соколова, В. В. Онучина, В. В. Исакова // Деньги и кредит. – 2015. – № 6. – С. 8-15.
4. Новикова И. И. Формирование целей и критериев управления регионом / И.И. Новикова // Сборник трудов конференции «Научное обеспечение агропромышленного комплекса». – Краснодар: ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет», 2016. – С. 541-542.
5. Рудева М. В. Конкурентоспособность в условиях глобализации / М. В. Рудева, И. И. Новикова // Международная научно-практическая конференция по актуальным вопросам экономики и гуманитарных наук в 2015 году: материалы научно-практической конференции. – Краснодар: Краснодарский ЦНТИ, 2015. – С. 199-201.

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Новикова И.И., канд. экон. наук, доц.,
Смольникова К.С., Краснощек К.Ю.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ
smolnikova2910@gmail.com

Введение. Современный этап развития рыночных отношений можно охарактеризовать высокой ценой управленческих ошибок: уровень квалификации, компетентность, профессиональные и личностные качества кадров управления определяют эффективность руководства организацией. В подобных условиях важнейшим элементом успешной деятельности хозяйствующего субъекта является формирование профессиональных кадров управления.

Целью настоящего исследования является комплексное изучение концепции процесса формирования кадров управления в социально-экономической системе организации.

Основная часть. Подготовка руководителей и квалифицированных специалистов в области управления представляет собой сложное, многоаспектное явление, осложненное влиянием объективных и субъективных моментов управления организацией. Условия неопределенности и большое число переменных увеличивают значение теоретико-методологических исследований, в основе которых лежат методы моделирования и системного подхода. Построение и дальнейший анализ модели социально-экономической системы является отправной точкой процесса формирования руководителей и специалистов управления. Как правило, в научной литературе под социально-экономической системой понимают совокупность элементов организации, объединенную межличностными коммуникациями и процессами, которые обеспечиваются сознательной деятельностью людей [1].

Процесс управления социально-экономической системой охватывает весь спектр деятельности организаций по обеспечению функционирования материально-технических объектов и людей для достижения определенных целей. Руководство, как элемент процесса управления, относится к воздействию только на коллектив и имеет двунаправленную природу. С одной стороны, воздействие социально-экономической системы с заложенными в ней возможностями на руководителя, с другой – деятельность руководителя в отношении воздействующей на него системы. Трудовая активность руководителя в этом случае представляет собой

применение знаний, умений и навыков по использованию возможностей этой системы для достижения поставленных задач.

Недостаток знаний, умений и навыков руководителя восполняется собственными мнениями и идеями относительно возможностей социально-экономической системы. Это приводит к применению в процессе руководства вероятностных представлений о возможностях системы, возрастанию влияния субъективной составляющей в руководстве и, в конечном счете, к снижению результативности системы в целом [2]. Наиболее эффективным решением данной проблемы стало обучение специалистов науке управления и практике руководства, что обеспечит их знаниями, умениями и навыками, позволяющими использовать с наибольшим полезным эффектом возможности социально-экономической системы.

Между тем, аксиомой в современных рыночных условиях является также и то, что процесс формирования управленческих кадров требует научного обоснования, учета воздействия объективных закономерностей и применения принципов управления посредством выполнения их требований.

Важно понимать, что, как и любой вид человеческой деятельности, процесс формирования кадров руководителей и специалистов управления развивается в соответствии с объективными закономерностями [3]:

- сохранения и развития определяет потребность в сохранении и одновременном развитии организационных форм в рамках процесса формирования управленческих кадров;
- соответствия системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров управления структуре материального и информационного потоков, проходящих через социально-экономическую систему;
- цикличности (начало, развитие и спад) выпуска специалистов востребованной рынком квалификации, что объясняется стремлением системы преобразовать внутреннюю структуру под быстро изменяющимся внешним воздействием так, чтобы сохранить стабильность функционирования.

Рассмотренные закономерности определяют сущность и природу процесса формирования кадров управления. Однако применение закономерностей на практике требует определение путей и способов реализации объективных связей и зависимостей, которые они выражают. Важными элементами, объединяющими требования закономерностей и субъективные процессы работы со специалистами, являются принципы формирования управленческих кадров. Эти правила обличают требования закономерностей в конкретную форму, повышая эффективность результатов деятельности по формированию кадров управления. Следует также определить систему показателей, характеризующих эффективность реализации этих принципов в процессе формирования кадров управления, чтобы на этой основе создать механизм управления процессом

формирования управленческих кадров. Другими словами, на практике не происходит полная реализация наиболее глубоких связей и зависимостей, выражающихся в закономерностях, поэтому наибольшая эффективность процессов управления персоналом достигается при наличии системы принципов [4].

Названные ранее закономерности имеют приоритетное методологическое значение в разрезе развития научного знания и практической деятельности по формированию квалифицированных управленческих кадров. Они позволяют яснее понять природу формирования кадров управления посредством представления этой области человеческой деятельности как процесса [5].

Заключение. Важно отметить, что формирование кадров управления является сложным процессом, опирающимся на прохождение соответствующей управленческой подготовки, оценки и практики управления для приобретения знаний, умений и навыков, формирующих основные профессиональные качества управленцев. Они необходимы для успешного выполнения возлагаемых на специалистов и руководителей обязанностей, которые определяются требованиями социально-экономической системы в соответствии с изменяющимися условиями внешней среды, более высокого ранга, обусловленном современным этапом развития рыночных отношений.

Список литературы

1. Новикова И. И. Формирование целей и критериев управления регионом / И. И. Новикова // Сборник трудов конференции «Научное обеспечение агропромышленного комплекса». – Краснодар: ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет», 2016. – С. 541-542.
2. Веснин В. Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебное пособие / В. Р. Веснин. – Москва: Проспект, 2015. – 574 с.
3. Крячковская И. М. Формирование управленческих кадров / И. М. Крячковская // Вестник КАСУ. – 2013. – № 4. – С. 132-139.
4. Мякушкин Д. Е. Формирование управленческого состава организации: учебное пособие / Д. Е. Мякушкин. – Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2005. – 215 с.
5. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учебное пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 301 с.

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В СФЕРЕ АРТ-БИЗНЕСА

Половян А.В., д-р экон. наук, доц., *Гурова Е.Г.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
enotiks2009@mail.ru

Введение. Формирование эффективного управления организациями сферы арт-бизнеса требует изучения и рассмотрения специфики данной сферы бизнеса. Исследованием проблем специфики управления организацией в сфере арт-бизнеса занимались следующие ученые: Чернявская О.С., Адаменко Ю.И., Максименко М.А., Байрнс У.Д., Вицелярова К.Н и др.

В наши дни сфера арт-бизнеса является многогранной и объединяет в себе совокупность самых разных направлений, процессов, форм и практик. В отличие от других социальных сфер деятельности (образование, спорт, здравоохранение и пр.), данная сфера деятельности включает в себя гораздо более разнородные отрасли, что и делает ее сложным объектом управления. Поэтому специфика управления сферы арт-бизнеса обусловлена, прежде всего, этим качеством неоднородности данной сферы.

Цель исследования заключается в раскрытии специфики управления организацией в сфере арт-бизнеса.

Для реализации указанной цели необходимо: раскрыть понятие и сущность управления организациями; сформировать основные аспекты специфики процесса управления.

Основная часть. В настоящее время наблюдается повышение интерес к деятельности социокультурной жизни общества, создания программ регионального развития в сфере арт-бизнеса. В данной деятельности задействованы специалисты по управлению в сфере арт-бизнеса и создатели творческих произведений, которые несут в массы общества определенные культурно-информационные сообщения. Вследствие чего, возрастает актуальность проблематики управления организацией в сфере арт-бизнеса.

Управление является эффективным способом связи субъекта и объекта управления, с помощью которого субъект управления определяет цель деятельности объекта управления и обозначает, с помощью каких методов, инструментов, принципов данный объект достигнет поставленной цели.

Для эффективного функционирования и развития каждой организации управляющая система, используя закономерности и прогрессивные тенденции, сознательно, систематически, целенаправленно воздействует как на организацию в целом, так и на отдельные ее звенья.

Специфика управления в сфере арт-бизнеса обусловлены во многом характерной для соответствующих организаций миссией и спецификой, осуществляемой ими деятельности. Несмотря на разную ведомственную принадлежность или разный статус организаций, в миссии каждого из них будет общая основа. Первая особенность управления в сфере арт-бизнеса заключается в целях работы организаций, которые определяют и направляют ее деятельность (таблица 1).

Таблица 1

Специфика управления в сфере арт-бизнеса

№ п/п	Направление	Содержание
1.	Цели работы организации арт-бизнеса, которые определяют и направленность его деятельности	Большинство организаций арт-бизнеса являются некоммерческими. Следовательно, их главная цель состоит не в получении прибыли. Деятельность организаций арт-бизнеса предполагает достижение скорее духовных, нежели материальных целей – образование, просвещение, воспитание, творческое развитие, благотворительность и пр.
2.	Свойства культурных услуг как основного результата культурной деятельности	В сфере арт-бизнеса услуг особую важность приобретают люди, то есть персонал, качество услуги, они нестабильны и изменчивы, их сложно объективно оценить и измерить, разнообразие услуг и особенность удовлетворения культурных потребностей (символизация, созерцание, эмоциональное переживание и др.).
3.	Специфика рынка культурных продуктов	В рынке культурных продуктов важно учитывать: особенности спроса на культурную продукцию и конкуренцию с коммерческими организациями; многообразие секторов рынка культурных услуг; различие между рынком доноров и рынком сбыта.
4.	Необходимость постоянной поддержки государством сферы арт-бизнеса	Государство регулярно финансирует деятельность организаций арт-бизнеса (дотации, субсидии, гранты, программы и пр.). Принципы финансовой поддержки осуществляются согласно проводимой государством, регионом, муниципалитетом культурной политики.
5.	Важность привлечения дополнительных ресурсов	Искусство фандрайзинга является важнейшим средством постоянного использования средств доноров для повышения эффективности деятельности. Источником дополнительных ресурсов могут стать: представители крупного и среднего бизнеса, частные предприниматели, органы местной власти, СМИ.

Проанализировав основные аспекты специфики управления организацией в сфере арт-бизнеса, можно сделать вывод, что в данной сфере делается акцент на творческий потенциал сотрудников, которые обладают вдохновением, творческим кризисом. Поскольку, именно они производят творческий продукт (пишут картины, создают экспозиции, проводят выстав-

ки и др.) и определяют спрос на культурные продукты. Создание творческого продукта имеет социальную значимость, так как имеется связь с процессами рефлексии, эмоционального переживания, созерцания, символизации, удовлетворением духовных и культурных потребностей общества.

В сфере арт-бизнеса невозможно оценить качество творческого продукта, так как оценка будет субъективной вследствие индивидуальности создания творческого продукта, а не массовости производства согласно стандартам. Организации в сфере арт-бизнеса включает в себя разные направления создания произведений: рекреационные, образовательные, развлекательные, досуговые. Данным организациям помогают осуществлять свою деятельность, по реализации творческих произведений, спонсоры, грантодатели, партнеры, за счет привлечения дополнительных ресурсов для производства творческих продуктов. Управление организацией в сфере арт-бизнеса должно осуществляться с помощью гибких, адаптивных инструментов менеджмента, поскольку арт-бизнес включает в себя разные направления производства творческих продуктов (рекреационных, образовательных, развлекательных, досуговых).

Заключение. Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод, что главная задача управления организацией в сфере арт-бизнеса – создание и применение системы функций, принципов, методов управления, которые соответствуют социокультурным условиям, а также нормам экономико-правовой деятельности.

Специфика управления организацией в сфере арт-бизнеса заключается в том, что данная сфера нуждается в финансовой поддержке государства, сохранении выдающихся, уникальных произведений искусства культурного наследия; учете тенденций спроса на проведение культурных мероприятий, анализе конкурентов организаций для обеспечения конкурентоспособности и постоянного увеличения числа посетителей.

Список литературы

1. Чернявская О.С. Концептуализация принципов управления творческим проектом: арт-менеджмент / О.С. Чернявская, Л.А. Малекова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – № 12. – С. 58-72.
2. Адаменко Ю.И. Управление в творческих коллективах / Ю.И. Адаменко // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – № 17. – С. 88-95.
3. Максименко М.А. Актуальность арт-практик в современном социокультурном пространстве / М.А. Максименко // Управление проектами и развитие производства. – 2011. – № 3. – С. 115-124.

ПОНЯТИЕ ДЕКАПЛИНГА В КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЁНАЯ» ЭКОНОМИКА

Половян А.В., д-р эконом. наук, доц., *Иванченко А.Е.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
evg.ivan4enko71@yandex.ru

Введение. Главным условием для современной политики государства, которое основано на концепции устойчивого развития, является баланс экологического и экономического развития. Однако на сегодняшний день всё больше обостряется противоречие между ростом численности населения, которое влечет за собой увеличение потребности в водных ресурсах, электроэнергии, продуктов питания; и реализацией концепции «зелёная» экономика, предусматривающая сокращение выбросов вредных веществ, снижение объемов потребления природных ресурсов и повышение эффективности их использования. Тенденция к увеличению темпов экономического роста ведет к существенным экологическим проблемам, которые влекут за собой непоправимые последствия для человечества.

Основные исследования, посвящённые явлению декаплинга, проводили такие учёные как Бобылев С. Н., Веклич О. О., Вонг В. М., Дейли Г., Забелина И. А., Зенг К. И., Мельник Л. Г., Пакина А. А., Тур О. М., Самарина В. П., Яшалова Н. Н. и др.

Целью исследования является определение теоретических положений сущности понятия декаплинга и рассмотрение данного определения в концепции «зелёная» экономика.

Основная часть. В настоящее время множество стран нацелены на использование концепции «зелёная» экономика с целью обеспечения экономического роста и снижения экологических рисков. «Зелёная» экономика (Green Economy) предполагает повышение благосостояния людей при значительном уменьшении риска для внешней среды. Ее приоритетными направлениями, по данным доклада «К зелёной экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности», являются: строительство, сельское хозяйство, рыболовство, лесное хозяйство, энергоснабжение и энергосбережение, туризм, транспорт, управление отходами и водными ресурсами [1].

Одним из основных моментов концепции «зелёная» экономики является достижение эффекта декаплинга, который заключается в расхождении темпов экономического роста с потреблением ресурсов и негативным воздействием на природу [2].

«Decoupling» – английское слово, в переводе означающее «развязывание, разъединение, нарушение связи». То есть существует два процесса,

которые должны иметь некую зависимость друг от друга, но на практике оба находятся в различных направлениях. Изначально декаплинг использовался для определения нарушений и несбалансированности роста развитых и развивающихся стран, а в экологическую сферу он перешел совсем недавно [3]. На сегодняшний день данное определение понимается как разделение темпа роста качества жизни населения и потребления природных ресурсов, а также экологических воздействий на внешнюю среду.

Декapлинг является основой движения к экологически устойчивой экономике, которая позволит значительно сократить количество потребляемых ресурсов для промышленного производства и снизить загрязнение окружающей среды.

Выделяют 2 разновидности декаплинга:

1) ресурсный – подразумевает уменьшение использования первичных природных ресурсов (воды, энергии, минералов и т.п.) на единицу экономического результата;

2) декаплинг воздействия – предполагает увеличение объема выпуска при одновременном сокращении негативного воздействия на окружающую среду (объемов выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, сбросов сточных вод, образования отходов и т.п.).

Декapлинг может интерпретироваться в показателях природоёмкости, которые отражают объемы использования природных ресурсов (энергоёмкость, водоемкость и т.п.) и объемы загрязнений (эко-интенсивность) в расчете на единицу экономического результата. В качестве экономического результата, как правило, используют основной измеритель уровня экономического развития – ВВП [4].

С целью выявления дифференциации темпов экономического роста и объемов выбросов вредных веществ, загрязняющих окружающую среду, используют коэффициент декаплинга. Данный коэффициент рассчитывается по следующей формуле:

$$D_t = 1 - \frac{E_t/Y_t}{E_0/Y_0}, \quad (1)$$

где E_0 и E_t – показатели негативного воздействия на окружающую среду в базовом и текущем периодах; Y_0 и Y_t – показатели, характеризующие экономический результат в базовом и текущем периодах соответственно.

Коэффициент D_t выражает изменение эко-интенсивности (E/Y) по отношению к началу текущего периода. На отсутствие эффекта декаплинга указывает отрицательное значение данного коэффициента. Положительная величина показателя D_t свидетельствует о разном направлении экономического развития и антропогенного воздействия: увеличение добавленной стоимости сопровождается снижением экологической нагрузки на природную среду. Данное условие является более слабым по сравнению с критерием, используемым в модели П. Виктора [1] для

оценки динамики эколого-экономического развития с позиции концепции «зелёного» роста. Однако существование эффекта разделения темпов экономического развития и объемов загрязнения окружающей среды свидетельствуют о стремительном движении к «зелёной» экономике [5].

Достижение эффекта декаплинга в основном возможно за счет внедрения передовых технологий, значительных изменений в государственной политике, моделях поведения субъектов хозяйствования, темпах научно-технического прогресса. Для стран, в которых основную долю экономики составляют отрасли с большим воздействием на окружающую среду, а прирост ВВП обеспечивается за счет добычи ископаемых и обрабатывающих производств, первоочередной задачей является формирование инновационного ландшафта.

Заключение. Для перехода к устойчивому развитию на принципах концепции «зелёная» экономика декаплинг должен стать первоочередной задачей для любого современного государства. Декаплинг является стратегической основой достижения экологически устойчивой экономики и позволяет организовать экономически более эффективное производство, без повышения воздействия на окружающую среду, а также увеличить объемы выпускаемой продукции, снижая при этом объемы затрачиваемых ресурсов.

Список литературы

1. ЮНЕП, Обобщающий доклад для представителей властных структур «К «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности», 2011. – URL: http://www.unep.org/greenconomy/Portals/88/documents/ger/GER_synthesis_ru.pdf.
2. Информация об итогах социально-экономического развития Забайкальского края за январь–декабрь 2016 года. – URL: <http://минэконом.зabaykalskiykray.rf/action/monitoring-socialno-ekonomicheskogopolojeniya>.
3. Акулов А.О. Эффект декаплинга в индустриальном регионе / А.О. Акулов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2013. – № 4. – С. 177-185
4. Забелина И.А. Эффект декаплинга в эколого-экономическом развитии регионов / И.А. Забелина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2019. – Т. 12, № 1. – С. 241
5. Глазырина И.П. Перспективы «зеленого» роста на Востоке России и Новый Шелковый путь / И.П. Глазырина // ЭКО. – 2016. – № 7 (505). – С. 5-20.
6. Шкиперова Г.Т. Анализ и моделирование взаимосвязи между экономическим ростом и качеством окружающей среды (на примере Республики Карелия) / Г. Т. Шкиперова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 43 (394). – С. 41–49.

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Половян А.В., д-р экон. наук, доц.,

Синицына К.И.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

SinitsinaK@mail.ru

Введение. Для достижения поставленных целей социально-экономического развития экономики важным является применение адекватного инструментария на каждом этапе стратегического планирования.

Изучением проблем, связанных с разработкой и применением инструментов стратегического планирования развития экономики, занимались Д. Аакер, И. Ансофф, Е. Ведута, Ю. Яременко, В. Селиверстов и др. Вместе с тем, недостижение целей социально-экономического развития экономики, отчасти, может быть обосновано применением инструмента, который не соответствует целям определенного этапа стратегического планирования.

Целью исследования является систематизация инструментов стратегического планирования развития экономики.

Основные результаты. В рамках каждого этапа стратегического планирования с целью решения определенной задачи применяются различные инструменты, которые можно сгруппировать в 7 основных групп:

- графо-аналитические инструменты предоставляют возможность изобразить результаты экономического анализа графическими средствами. К ним относят экстраполяционные (трендовые), сетевые, регрессионно-аналитические, методы корреляционных трендов и др. [1]. Данные инструменты применяются на этапах стратегического прогнозирования и стратегического анализа;

- эвристические инструменты, которые основаны на использовании косвенной и неполной информации, опыта специалистов-экспертов, интуиции. К ним относятся методы экспертной оценки (индивидуальной, коллективной, систематической, массовой и др.), метод сценариев, метод Дельфи, форсайт метод, синектики и т.д. [2–3]. Чаще всего данные методы применяются для стратегического прогнозирования развития экономики;

- расчетно-аналитические инструменты, к числу которых можно отнести балансовый, нормативный, инженерно-экономические и др. [4]. Балансовый метод планирования основывается на взаимной увязке ресурсов, которыми будет располагать государство, и потребностей в них в рамках планового периода. Нормативный метод состоит в том, что в основу плановых заданий на определенный период (а, соответственно, и в

основу балансов) кладутся нормы затрат различных ресурсов на единицу продукции (сырья, материалов, оборудования, рабочего времени, денежных средств и т.п.). Таким образом, нормативный метод планирования применяется как самостоятельно, так и в качестве вспомогательного по отношению к балансовому методу. Данные инструменты используются на этапах стратегического анализа и планирования;

- методы определения приоритетов развития экономики используются на этапе стратегического целеполагания. Исследование научных трудов, посвященных обоснованию определения приоритетов государственного развития, позволило классифицировать их по четырем направлениям: отраслевой подход – приоритетное развитие должны получать виды экономической деятельности, производства, которые позволят улучшить отраслевые параметры экономики государства; исследовательский подход – определение инновационных, прорывных направлений, на основе результатов научных исследований и разработок ученых; стейкхолдерский подход – выбор приоритетов для развития экономики представляет собой рациональный набор сценариев с точки зрения учета интересов всех экономических агентов экономики; эталонный подход – при определении перспективных направлений в развитии экономики производится ориентация на опыт территорий-лидеров;

- экономико-математические инструменты обеспечивают возможность оптимизации плановых решений. Это методы линейного, нелинейного и динамического программирования, модели теории игр и теории массового обслуживания, детерминированные многофакторные модели и др. Данные методы применяются на этапах стратегического анализа и стратегического планирования;

- организационные инструменты обеспечивают реализацию направлений стратегического планирования в наиболее эффективных организационных формах (научные, технологические, исследовательские парки, технологические платформы, промышленные и инновационные кластеры, инновационные центры, бизнес-инкубаторы и т.д.). Данные инструменты применяются на этапе стратегического программирования и выступают в двойной роли как мероприятие по развитию (например, создание технологической платформы) и как средства развития (например, применение технологической платформы позволяет достигать поставленных целей);

- выделение отдельным блоком институциональных инструментов обосновано тем, что зачастую органами государственной власти упускается учет реальных институциональных условий при стратегическом планировании, что приводит к снижению результативности различных стратегических разработок [5, с. 60-61]. Оценка институциональной среды и регулирующего воздействия может быть проведена обширным набором индексов, многие из которых имеют всемирную признанность и

обоснованную методологию расчета (индекс IPM, индекс деловых условий, индекс деловой среды, индекс легкости ведения бизнеса и др.).

Также выделяют еще одну группу инструментов – инструменты по оценке эффективности выбранных инструментов планирования. Вопрос о необходимости выделения еще одной группы инструментов носит дискуссионный характер. Это связано с тем, что инструменты по оценке эффективности выбранных инструментов планирования позволяют определить, применение каких именно инструментов позволит достичь поставленной цели или решить поставленную задачу стратегического планирования в кратчайшие сроки с наименьшими затратами и с большим социальным, экономическим и др. эффектом. Следовательно, данная группа инструментов обеспечивает реализацию принципа эффективности. Однако в рамках осуществления самого процесса стратегического планирования данные инструменты не применяются. В основном инструменты по оценке эффективности выбранных инструментов планирования представляют собой экономико-математические методы и модели.

Заключение. Таким образом, в рамках стратегического планирования проанализирован обширный инструментарий, который позволяет проработать путь для достижения поставленной социально-экономической цели развития экономики.

Список литературы

1. Мировая экономическая мысль: Сквозь призму веков / сопред. редкол. Г. Г. Фетисов, А. Г. Худокормов. – М. : Мысль, 2004. – 152 с.
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер; 7-е изд., пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2007. – 496 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; под ред. Л. И. Евенко, пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 415 с.
4. Ведута Е. Н. Экономическая наука и экономико-математическое моделирование / Е. Н. Ведута, Т. Н. Джакубова // Государственное управление. Электронный вестник. – 2016. – № 57. – С. 287-307.
5. Селиверстов В. Е. Эволюция категорий и принципов регионального стратегического планирования / В. Е. Селиверстов // Вопросы методологии. – 2010. – № 6. – С. 59-79.

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНЫХ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА С ИНТЕГРАЛЬНОЙ ОЦЕНКОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ

Половян А.В., д-р экон. наук, доц.,

Уткина Л. А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

utkina@doncsm.ru

Введение. В современных условиях обеспечение конкурентоспособности предприятий связано разработкой и внедрением систем менеджмента на основе требований международных стандартов таких, как ISO 9001, ISO 14001, BS OHSAS 18001 [1-4] и др. Интеграция систем менеджмента территориально распределенной организации в единую корпоративную систему, позволит повысить эффективность общего менеджмента организации.

Оценка результативности корпоративной интегрированной системы менеджмента (далее – КИСМ) является уникальной системой оценки работы предприятия, которая позволяет оценить текущее состояние функционирования как процессов по каждому виду деятельности, так и предприятия в целом. Применение экспертного метода оценки с учетом коэффициентов весомости критериев результативности каждого процесса КИСМ, позволит определить численное значение результативности и коэффициент улучшения функционирования КИСМ.

Целью исследования является определение позитивных аспектов внедрения корпоративной системы менеджмента на основе международных стандартов, оценивание результативности, представление четких основ для ее разработки на предприятии.

Основная часть. Корпоративная система менеджмента представляет собой совокупность двух и более систем менеджмента, функционирующих как единый механизм.

Система менеджмента качества в соответствии с требованиями ISO 9001 [1], как правило, является концептуальной основой формирования КИСМ предприятия и выполняет функцию связующего звена для разных ее составляющих.

Основной задачей КИСМ является эффективное управление имеющимися в распоряжении предприятия ресурсами: технологическими, материальными, финансовыми, кадровыми с целью получения максимальной прибыли.

Внедрение КИСМ позволяет решить проблемы, возникающие при параллельном или последовательном независимом внедрении стандартов,

такие как длительный срок внедрения группы стандартов, дублирование процессов, документов, должностей и функций в подразделениях, большая трудоемкость и потребность в ресурсах при независимом внедрении группы стандартов и т.д.

Дополнительная ценность внедрения КИСМ достигается за счет максимальной интеграции процессов и исчерпывающего использования их потенциала. КИСМ служит интересам предприятия и должна быть ориентирована на достижение успеха [4].

Необходимо отметить, что выполнение работ в соответствии с требованиями международных стандартов способствует повышению эффективности бизнеса. Так, внедрение систем менеджмента способствует появлению стратегических партнеров – потребителей продукции (услуг), подписывающих бессрочные контракты.

КИСМ охватывает все основные виды деятельности предприятия. Корпоративная политика включает в себя политику в области качества, экологии, охраны здоровья работников, и ставит целью повышение удовлетворенности потребителей.

Интеграция систем менеджмента осуществляется в соответствии с требованиями стандарта [5]. В результате упрощается выполнение стандартов и любой связанной с ними оценки соответствия.

Общие требования КИСМ разделяются на категории: политика, планирование, обеспечение функционирования, оценка результативности, улучшение и анализ руководством. Для любого стандарта системы менеджмента характерны специфические требования, но указанные категории имеет каждый стандарт, и они принимаются за основу для интеграции.

Документированная информация предприятия включает, как правило, разработанные и утвержденные в установленном порядке общие и специальные процедуры, конкретные программы по менеджменту качества, профессиональному здоровью и охраны труда, экологии и др.

Улучшение процессов КИСМ на предприятии основано на оценивании результативности текущего состояния систем менеджмента качества, экологии, профессионального здоровья и охраны труда по каждому виду деятельности (процессу, подразделению, предприятию). Полученные результаты, анализируются, обобщаются и оцениваются. Это позволяет проследить деятельность предприятия по каждому процессу и в целом по всей системе менеджмента.

Для каждого процесса КИСМ выявляются критерии результативности. Это может быть установление и достижение целей, сроки выполнения работ, входной контроль оборудования и др.

Для оценки результативности процессов определяются фактические и плановые значения критериев и их весомости. Степень достижения поставленных целей для критериев результативности определяется как

отношение фактического значения критерия результативности к значению, запланированному в целях КИСМ.

Оценочная характеристика критериев результативности процесса определяется по выбранной бальной шкале [6]. Максимальный балл получает результативно функционирующий процесс со степенью достижения запланированных показателей 90-100 %.

Оценка результативности процесса производится путем сложения численных значений критериев результативности с учетом весовых коэффициентов. Аналогично проводится оценка результативности КИСМ в целом по предприятию и определяется коэффициент улучшения.

Оценка результативности КИСМ ежегодно анализируется руководством на основе информации, полученной при внутренних и внешних аудитах, анкетирования заказчика, выполнения перспективных планов развития предприятия.

Заключение. Внедрение КИСМ направлено на обеспечение финансовой стабильности предприятия с учетом интересов потребителей, персонала, поставщиков, общества. КИСМ должна постоянно интегрировать новые задачи. Представленный опыт по созданию КИСМ и оценки ее результативности может получить практическое применение на любом предприятии.

Список литературы

1. ГОСТ Р ИСО 9001–2015 Системы менеджмента качества. Требования. – М. Стандартинформ, 2018. – 24 с.
2. ГОСТ Р 54934–2012/OHSAS 18001:2007 Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования. – М.: Стандартинформ, 2012. – 27 с.
3. ГОСТ Р ИСО 14001–2016 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. – М.: Стандартинформ, 2016. – 32 с.
4. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М.: Стандарты и качество, 2004. – 398 с.
5. Specification of common management system requirements as a framework for integration: BS PAS 99:2012. – Standard published 10/04/2012 by BSI Group. – 36 p.
6. Окрепилов В.В. Управление качеством: Учебник / В.В. Окрепилов. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: Экономика, 2007. – 641 с.

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ SMART-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Половян А.В., д-р экон. наук, доц.,

Ялунер А.Ф.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

alina.yaluner@yandex.ru

Введение. Решение экологических проблем и уменьшение уровня антропогенного воздействия на окружающую природную среду является основополагающей задачей современного мира. В условиях трансформационных преобразований поиск новых «зеленых» технологий способствует выстраиванию «умных» моделей управления, которые повышают качество анализа экологической ситуации, сокращают объемы выбросов загрязняющих веществ, уменьшают скопление отходов на поверхности Земли, а также содействуют повторному использованию ресурсов. Умные технологии формируют новый этап устойчивого развития, способствуют созданию новых систем экологического контроля, нивелированию экологических рисков. В этой связи необходимым является изучение опыта применения smart-технологий для реализации принципов устойчивого развития, что и обуславливает актуальность данной темы.

Рассмотрению вопросов, связанных с поиском способов решения экологических проблем на основе применения smart-технологий посвящены работы таких ученых как: В. П. Орлов, А. Мил, Б. Порфирьев, Ю. С. Бережная и др.

Цель исследования – рассмотрение опыта применения smart-технологий как основного инструментария для реализации принципов устойчивого развития.

Основная часть. Сохранение окружающей природной среды, проблемы изменения климата, сокращение потребления ресурсов, уменьшение количества отходов являются основными задачами, которые стоят перед индивидом, организациями и государствами. Экономически развитые страны реализовывают концепцию устойчивого развития, в основе которой лежат цели по уменьшению уровня антропогенного воздействия на окружающую среду, снижению экологических рисков и цифровизации городской инфраструктуры. Для реализации поставленных целей государствам необходимо контролировать процессы экологизации на уровне предприятий. С целью обеспечения экологического равновесия и реализации принципов устойчивого развития предприятия внедряют и применяют smart-технологии.

Рассмотрим опыт применения smart-технологий на примере мировых корпораций. Компания «Philips» для реализации принципов устойчивого

развития разработала целый комплекс инструментов. К числу приоритетных инструментов можно отнести:

1. Уличное умное освещение Philips, которое осуществляет работу на основе удалённого управления, что позволяет снизить эксплуатационные расходы и затраты на техническое обслуживание, сократить выбросы CO₂.

2. Облачно цифровую платформу Philips HealthSuite, направленную на улучшение здоровья нынешних и будущих поколений.

3. Умное освещение производства. Сетевые системы освещения Philips позволяют управлять освещением объектов, создавая оптимальный уровень освещенности, что, в свою очередь, обеспечивает безопасность и эффективность выполнения задач. Благодаря интеграции светильников и комплексных систем управления появляется возможность оптимизировать бизнес-процессы за счет экономии электроэнергии и повышения удовлетворенности сотрудников.

4. Круговая экономика предполагает перестройку модели ведения бизнеса Philips с линейной на круговую модель «Make» use «return» в четырех циклах возврата: обслуживание, восстановление, переработка деталей, утилизация [3].

В результате применения smart-технологий в компании «Philips» снизились выбросы углекислого газа в атмосферу (рис. 1).

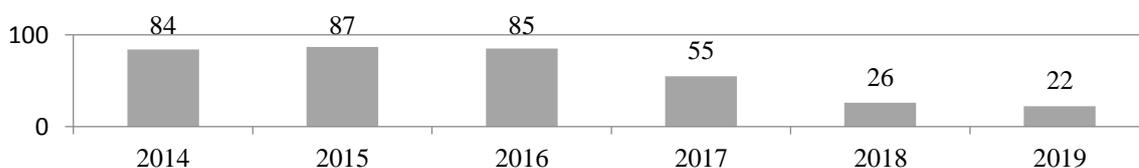


Рис. 1. Эксплуатационный углеродный след, в килотоннах CO₂-эквивалент [2]

Благодаря smart-технологиям количество выбросов углекислого газа с 2014 года по 2019 год сократилось на 62 килотонны.

Компания Apple активно применяет современные передовые технологии для соблюдения принципов устойчивого развития. Преобразования в направлении устойчивого развития руководство компании Apple проводит в двух направлениях. Во-первых, руководство компании применяет smart-технологии для производства экологически чистой продукции. Во-вторых, активно внедряются «умные» технологии для зданий офисов компании по всему миру, что способствует уменьшению уровня антропогенного воздействия на окружающую среду. Компания Apple переходит на замкнутый производственный цикл, который способствует переработке старой продукции для получения вторичного материала. Например, Apple внедрила робота Liam, который быстро и с максимальным сохранением деталей может разобрать iPhone 6 за считанные минуты, а дальше применять данные материалы в производстве. Робот Liam способен разобрать до 2,4 миллионов телефонов

в год [1]. Из восемнадцати заводов компании по сборке продукции, семнадцать имеют сертификат нулевого показателя отходов UL Zero Waste to Landfill. Благодаря такой технологии с января 2015 года компания сократила объёмы промышленных отходов на 240 тыс. тонн [1].

С целью сокращения выбросов углекислого газа в атмосферу компания Apple переходит на экологические командировки, в ходе которых сотрудники используют гибридные транспортные средства, а также, по возможности, переходят на видеоконференции.

На рисунке 2 представлена динамика сокращения выбросов CO₂ в атмосферу компанией Apple в результате применения умных технологий.



Рис. 2. Динамика сокращения выбросов CO₂ в атмосферу компанией Apple [4]

Компания Apple с 2011 года сократила выбросы от офисов, центров обработки данных, розничных магазинов и автопарков на 64 %.

Заключение. Проведенный анализ показывает, что smart-технологии являются важными инструментами для достижения целей устойчивого развития. Достижение экологической устойчивости на основе современных технологий призваны обеспечить нынешнее и будущее поколение чистыми энергоресурсными технологиями, которые безопасны для окружающей природной среды и здоровья населения.

Список литературы

1. О достижениях Apple в сфере экологической ответственности – URL: https://www.iguides.ru/main/other/o_dostizheniyakh_apple_v_sfere_ekologicheskoy_otvetstvennosti/.
2. Годовой отчет Philips – URL: <file:///A:/PhilipsFullAnnualReport2019-English.pdf>.
3. Круговая экономика Philips – URL: <https://www.philips.com/a-w/about/sustainability/circular-economy>.
4. Годовой отчет Apple – URL: https://www.apple.com/environment/pdf/Apple_Environmental_Responsibility_Report_2019.pdf.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Харченко В.А., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
khvikt@mail.ru

Введение. Современный этап развития экономических отношений характеризуется ростом нерешённых проблем в сфере функционирования субъектов хозяйствования, среди которых спад объемов производства, низкое качество выполнения контрактных обязательств, нестабильность рынков сбыта, низкая конкурентоспособность продукции, нестабильность бизнес-среды, низкий уровень деловой активности. Управление предприятием с учётом стратегической составляющей и системности в действиях позволит снизить степень неопределённости бизнеса и задать вектор развития всей деятельности.

Цель работы – обоснование методологической основы формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия.

Основная часть. Методологическая основа характеризует процесс формирования системы управления, раскрывает логическую и временную структуры ее построения [1, 2]. Характеризуя процесс формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия, выделены принципы, особенности и условия формирования системы управления. Так, как базовые определены такие принципы: гибкость, комплексность, оптимальность, эффективность и результативность. Эти базовые принципы усиливаются дополнительными принципами – рациональность, соответствие, динамизм и контроль [3].

Среди особенностей формирования системы управления выделено четыре основных. Во-первых, формирование системы происходит поэтапно для достижения целей развития в соответствии с принципами формирования. Во-вторых, система управления строится с учетом накопленного опыта управления хозяйственно-финансовой деятельностью предприятия в зависимости от отрасли хозяйства, организационной структуры, подчиненности, от приоритетов развития и т.п. с сохранением связей между управляемыми элементами системы. В-третьих, система стратегического управления развитием промышленного предприятия является единственной и всеобъемлющей, что объединяет все важные аспекты деятельности предприятия, образующие внутренние подсистемы (подсистему производства и реализации продукции, подсистему финансового состояния и подсистему ресурсного состояния) с соответствующими элементами. В-четвертых, формирование системы должно быть представлено в виде

внутреннего документа с назначением ответственных лиц за функционирование и координацию связей внутри системы.

В процессе исследования обоснованы условия, в которых формируется система – это мотивационные, материально-технические, финансовые, организационные, информационные условия [2]. Каждая группа условий нацелена на правильную ориентировку процесса построения системы управления на предприятии, а именно:

- мотивационные условия: менеджерский состав персонала предприятия должен понимать необходимость внедрения системы управления и осознавать преимущества, которые произойдут благодаря ее введению, что приведет к избранию наиболее оптимального варианта работы всех механизмов функционирующей системы;

- информационные условия: для внедрения системы стратегического управления развитием предприятия возникает потребность в дополнительных информационных ресурсах, обеспечивающих единство элементов системы и создающих более эффективную для принятия управленческих решений информационную базу;

- материально-технические условия: формирование системы сопровождается приобретением необходимых для обеспечения данного процесса материальных и технических средств для различных функциональных служб предприятия (финансовых, экономических, служб по производству, маркетинга и т.д.) с целью создания целостной и взаимосвязанной сети элементов системы, поддерживающей процесс реализации целей развития промышленного предприятия;

- финансовые условия: построение системы управления должно учитывать финансовые вопросы функционирования предприятия от погашения текущей задолженности на момент создания этой системы до финансирования мероприятий по развитию предприятия, в том числе расходов по внедрению непосредственно системы управления, таких как расходы на материально-техническое оснащение, на вознаграждение персонала и т.д.;

- организационные условия: руководящему составу предприятия необходимо обеспечить процесс разработки должностных инструкций, распоряжений, указаний, графиков по подготовке, формированию и введению в действие системы стратегического управления развитием предприятия.

Логическая структура формирования системы управления как составляющая методологической основы содержит механизм формирования, базовые механизмы и ожидаемый результат. Механизм формирования системы управления исследуется с позиции формулирования цели, средств, методов и выделения основных управляемых элементов системы в зависимости от направленности развития предприятия. Базовыми механизмами формирования системы стратегического управления развитием определены: системность в принятии управленческих решений; согласованность

целей управления управляемыми элементами по подсистемам управления; обеспечение взаимодействия подсистем управления [4]. Основные ожидаемые результаты формирования системы стратегического управления развитием сводятся к достижению (обеспечению, поддержке) устойчивости деятельности, выполнения целей развития, обеспечения взвешенности и обоснованности управленческих решений.

Временная структура формирования системы управления предусматривает выделение этапов формирования системы, среди которых: диагностика существующей на предприятии системы управления и построение внутренней подсистемы управления, анализ внешних факторов влияния на деятельность предприятия и построение внешней подсистемы управления, внедрение плана развития и контроль за его исполнением, при этом организуется, координируется и контролируется работа системы управления, оценка эффективности системы стратегического управления развитием промышленного предприятия, принятие управленческого решения о необходимости дальнейшего развития.

Заключение. Процесс построения системы управления развитием предприятия должен основываться на принципах формирования, учитывать особенности и условия формирования системы. К тому же обоснование методологической основы формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия требует пояснения логической и временной структуры системы. Использование результатов исследования позволит системно решать проблемы в сфере развития предприятия.

Список литературы

1. Новиков А.М. Методология научного исследования / А.М. Новиков, Д.А. Новиков. – М.: Либроком, 2010. – 280 с.
2. Харченко В.А. Методологічні основи формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства / В.А. Харченко // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – Кам'янець-Подільський: ПДАТУ, 2014. – Вип.22. – Т.2. Економічні науки. – С. 257-262.
3. Харченко В.А. Принципи формування системи стратегічного управління розвитком промислового підприємства / В.А. Харченко // Схід. – 2014. – № 4. – С. 66-71.
4. Харченко В.А. Механизмы формирования системы управления развитием промышленного предприятия / В.А. Харченко // Материалы науч.-практ. конф. «Инженерная экономика и управление в современных условиях» (г. Донецк, 9 октября 2019 г.) [Электронный ресурс]. — Донецк: ДОННТУ, 2019. – С. 284-289.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ

Шемяков А.Д., д-р экон. наук, доц.,
Меркулов М.В.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
k_am@donampa.ru

Введение. В условиях современных вызовов, экономической ситуации и ограничений, накладываемых пандемией, особое значение приобретает выстраивание внутренних коммуникаций в коллективах, работающих как удаленно, так и локально. В данном случае благодаря грамотной организации рабочего процесса и налаженного механизма внутреннего взаимодействия между звеньями технологической цепи удастся сохранить работоспособность систем, как в бизнес-среде, так и в государстве. Проблемы совершенствования организационной культуры, сложившейся в коллективах, выходят на первый план [1]. В рассмотренный период трансформации общества развитие, совершенствование и поддержание организационной культуры органа государственной власти, направленной на достижение социально-экономического благополучия населения, является одной из первоочередных задач.

Основная часть. Взаимодействия между объектами любой природы, предполагающий информационный обмен, учеными рассматриваются, как процесс, направленный на поиск эффективных форм и методов, обеспечивающих развитие внутренних коммуникаций в организации.

По мнению ученых, внутренние коммуникации имеют различные формы – они представляют собой устное или письменное взаимодействие, очное или дистанционное, личное или групповое, иметь направление как сверху вниз, так и снизу вверх или горизонтальное [2].

По мнению ученых внутренние коммуникации можно разделить на три блока.

Первый блок включает в себя информационные инструменты – корпоративные средства массовой информации: корпоративные газеты, журналы, сайты в сети Интернет, страницы в социальных сетях, информационные стенды, размещенные в зданиях; сторителлинг: маркетинговый прием, который использует свой информационный потенциал для передачи информации и транслирования смыслов благодаря рассказыванию историй.

Второй блок включает в себя организационные инструменты – встречи сотрудников с их руководителями, встречи между сотрудниками

по тем или иным вопросам (как рабочим, так и личным), проведение различных мероприятий и конкурсов, традиции дарить подарки.

Третий блок внутренних коммуникаций включает в себя коммуникационные инструменты – публичные выступления руководства и рядовых сотрудников, наставничество.

Все три блока внутренних коммуникаций являются действенными механизмами формирования организационной культуры.

На наш взгляд, первый блок внутренних коммуникаций должен удовлетворять следующим целям:

1. Декларировать ценности и политику организации.
2. Информировать широкий круг лиц по тем или иным вопросам.
3. Объединять сотрудников.
4. Создавать благоприятный имидж организации.

5. Способствовать нематериальной мотивации сотрудников к качественному и добросовестному исполнению служебных обязанностей. Инструментом мотивации могут быть размещение поздравлений в корпоративной прессе, а также проведение конкурсов «Лучший по профессии...» и т. п.

Помимо прочего в корпоративных СМИ целесообразно публиковать:

1. Информацию о льготах, положенных сотрудникам организации.
2. Информацию о карьере и вакансиях в органе государственной власти.
3. Информацию о новых назначениях, о повышении по службе.
4. Информацию о профессиональных конкурсах.

Также посредством корпоративных СМИ можно осуществлять управление сотрудниками с помощью сторителлинга. Сторителлинг должен выполнять следующие функции: 1. Пропагандистскую – являться инструментом убеждения сотрудников. 2. Объединяющую. 3. Коммуникативную – должен повышать эффективность общения. 4. Быть инструментом воздействия – укреплять репутацию лидера коллектива или организации в целом [3].

5. Утилитарную – являться механизмом передачи информации.

Виды историй, которые можно донести до сотрудников посредством сторителлинга, можно условно разделить на «притчу», «эмоцию», «побуждение».

Проведенный анализ позволяет выделить ряд правил обеспечивающих успешный сторителлинг, а именно:

1. Он должен быть кратким. Достаточно семи-восьми предложений.
2. Должен повествовать о реальном герое, обладающем лидерскими качествами (о сотруднике или прошлом руководителе).
3. Должен описывать событие, которое уже произошло.
4. История должна предполагать, что слушатель самостоятельно сделает из нее нужный вывод, иметь воспитательно-обучающую функцию.

5. История должна апеллировать к эмоциям слушателей.

6. История должна быть рассказана конкретной аудитории, в конкретное время, в конкретном месте.

7. Необходимо использовать метафоры и запоминающиеся фигуры речи – речевые обороты, фразеологизмы и т. п. [4, 5].

8. Слушателя нужно сделать соучастником рассказываемой истории.

Заключение. Достижение социально-экономического благополучия граждан зависит от уровня развития организационной культуры органов государственной власти. Эффективное развитие организационной культуры органа государственной власти взаимосвязано с использованием внутренних коммуникаций. Система внутренних, в первую очередь социальных коммуникаций организации, должна рассматриваться как процесс, направленный на поиск эффективных форм и методов, обеспечивающих эффективный информационный обмен. Совершенствование организационной культуры органа государственной власти с использованием внутренних коммуникаций требует. Социальная коммуникация выступает одним из базисных механизмов развития организационной культуры органа государственной власти, обеспечивая как саму возможность формирования социальных связей так и управления совместной жизнедеятельностью граждан.

Список литературы

1. Зорина М. С. Дефиниция «организационная культура» как основополагающее понятие эффективного менеджмента персонала / М. С. Зорина, Е. О. Маруха // Проблемы устойчивого развития на макро-, мезо- и микроуровне: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (г. Тюмень, 17 мая 2018 г.). – Тюмень, 2018. – Т. 1. – С. 104-108.
2. Болдырева Н.В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник Евразийской науки. – 2018. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/53ECVN118.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана.
3. Тарарощенко К. Ю. Организационная культура и лидерство / К. Ю. Тарарощенко, Г. И. Рыбникова // Экономические аспекты развития России: микро- и макроуровни : сб. науч. тр. XI Междунар. науч. конф. (г. Киров, 21-28 апр. 2018 г.). – Киров, 2018. – С. 798-806.
4. Штагер О. А. Управление корпоративной культурной организации / О. А. Штагер // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – Москва, 2018. – С. 22-28.
5. Аракелова З. Г. Влияние изменений в корпоративной культуре на повышение эффективности деятельности предприятия [Электронный ресурс] / З. Г. Аракелова, Е. А. Шумаева // Ресурсосбережение. Эффективность. Развитие: материалы науч.-практ. конф., 25 окт. 2018 г. / ГОУВПО «ДОННТУ», Инж.-эконом. фак., Каф. экономики предприятия и инноватики, Каф. финансов и эконом. безопасности ; редкол.: С. Н. Крапивницкая [и др.]. – Электрон. дан. (1 файл: 5 Мб). – Донецк, 2018. – С. 10-12. – Систем. требования: Acrobat Reader.

Маркетинг

УДК 339.138

НЕЙРОМАРКЕТИНГ – ИННОВАЦИОННЫЙ СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ

Ахметова Г.З.¹, канд. экон. наук, доц.,
Маковецкий М.Ю.¹, канд. экон. наук, доц.
Рудаков Д.В.², канд. тех. наук, доц.

¹ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ

²ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет», г. Омск, РФ
mmakov@mail.ru, demon311278@yandex.ru

Введение. Нейромаркетинг является новым направлением в коммерческой деятельности современных инновационных компаний. В статье представлен краткий обзор истории развития нейромаркетинга и его инструментария, используемого для оценки покупательского поведения, а также опыт его применения различными компаниями. На примере конкретных исследований доказана важность нового подхода и необходимость развития методологии нейромаркетинга.

Цель исследования состоит в изучении методов нейромаркетинга, используемых для оценки покупательского поведения, при решении о покупке товара.

Основная часть. В современных экономических условиях, организации, которые стремятся стать лидерами рынка, не просто подстраиваются под спрос и потребности своей целевой аудитории, а постоянно совершенствуют известные методы увеличения продаж и продвижения продукции, синтезируя их с научными знаниями из биологии, медицины, социологии и психологии. В начале 2000-х гг. в маркетинге появилось новое направление под названием нейромаркетинг. Его формирование произошло на фоне признания большинством маркетологов влияния эмоциональной составляющей (опыта) на принятие положительного решения покупателем о приобретении товара, а также появления теорий о разности поколений в поведении, обучении и т.д. Многочисленные маркетинговые исследования, проведенные в последние годы, показывают, что при совершении покупки человек руководствуется решениями лимбического мозга, отвечающим за эмоции [5].

А. Крайновиц (Krajnovic A., Jasic D) в своих исследованиях отмечает, что впервые термин «нейромаркетинг» использовал в 2002 году немецкий профессор Эйл Смидтс (Ale Smidts). Нейромаркетинг представляет собой комплекс методов, с помощью которых возможно изучить влияние некоторых стимулов на поведение покупателей, а также некоторые нейрофизиологические закономерности поведения человека, что позволяет повысить эффективность методов маркетинга.

Концепция нейромаркетинга, разработанная психологами Гарвардского университета, базируется на утверждении, что за мыслительную и эмоциональную деятельность индивида, главным образом, отвечает подсознательная часть мозга. Понимание того, какие части мозга отвечают за те или иные решения, позволит изменить поведение потребителей с целью выработки у них определенных поведенческих паттернов [2]. Однако такое понимание инструментария нейромаркетинга наводит на размышления об его этичности и безобидности. Но наш взгляд, многие исследования в области поведения человека не лишены этих вопросов и их решения зависят от моральной устойчивости и ценностных ориентаций самого исследователя.

Нейромаркетинг использует более сложный и дорогостоящий инструментарий, чем традиционный маркетинг. Так, для измерения активности мозга зачастую используются томографы, айтрекеры, полиграф, гальванометры, электроэнцефалографы и другое оборудование, которые в совокупности с определенными исследовательскими алгоритмами позволяют изучать неосознанные, контролируемые реакции человека на различные маркетинговые стимулы (упаковка, сайт, реклама, торговое пространство и т.д.). Новые методики сделали возможным измерение эмоций, психофизиологических процессов, когнитивных и физиологических составляющих покупателей. Однако полученная в ходе исследований информация ставит новые задачи, а именно, поиск специалистов с компетенциями сразу в нескольких научных областях. И если ранее эта проблема решалась лишь посредством развития международного сотрудничества, то цифровизация образовательной среды (в первую очередь из-за коронавирусной пандемии) значительно ускоряет ее решение в ближайшей перспективе. Со слов генерального директора одного из крупнейших в мире образовательных онлайн-сервисов Coursera Джеффа Маджионкалда, только за апрель 2020 год темпы роста количества регистрирующихся на обучающие курсы образовательной платформы Coursera составили 644 % по сравнению с апрелем 2019 года или 10,3 млн. чел [6].

Впервые нейросканирующая технология в маркетинговых целях была применена профессором Джеральдом Залтманом в конце 1990-х и получила название «Метод извлечения метафор Залтмана» (ZMET). В ее основе лежит воздействие на подсознание человека с помощью графических изображений. Ученый выяснил, что правильно подобранная картинка активирует скрытые образы-метафоры, которые рождаются бессознательно и вызывают позитивные эмоции, побуждающие человека совершить покупку. По мнению, Залтмана, 95 % мыслей, эмоций, чувств человека и обучения происходит без участия сознания. [3, с. 5] Это означает, что человеческие продуманные стратегии, базирующиеся на логических рассуждениях, являются в значительной степени дефектными. В настоящее время метод Залтмана широко используется в формировании

графики рекламных роликов таких международных компаний как McDonald's, Toyota, Procter & Gamble, General Motors и др. [4, с. 179].

Другой пример практического применения методов нейромаркетинга – исследование, выполненное профессором неврологом Ридом Монтегю в 2003 г. Результаты были опубликованы в журнале *Neuron* в 2004 г. В ходе эксперимента участникам предлагали выпить напитки брендов Pepsi и Coca-Cola, при этом томограф (МРТ-магнитно-резонансная томография) сканировал их мозг. В результате выяснили, что при употреблении Pepsi в режиме слепого теста активизировалась зона, отвечающая за удовольствие. Когда же участники пили Coca-Cola без слепого тестирования, активизировались зоны, связанные с ассоциациями, дополнительными воспоминаниями, самоидентификацией в обществе; наблюдалась повышенная активность в префронтальной коре, части мозга, которая контролирует более высокое мышление, а также в гиппокампе, относящемся к памяти. В случае с Pepsi такого не происходило [1, с. 58].

Таким образом, данный эксперимент показал, что нейронаука способна помочь в объяснении принятия решения, а также продемонстрировал потенциал нейромаркетинга.

Заключение. Сегодня нейромаркетинг переживает подъем в развитых странах, его методология совершенствуется благодаря появлению новых устройств получения данных о реакциях целевой аудитории. Но уже сегодня очевидно, что практическое его использование открывает новые широкие возможности в повышении ценности коммерческого предложения.

Список литературы

1. Акулич М. Эмоциональный брендинг и нейромаркетинг. – М.: Издательские решения, 2017. – 130 с.
2. Булгаков Б. Нейромаркетинг: как могучие корпорации ловят на крючок незадачливых потребителей // Новости СМИ. – 2017. – № 3, январь. – <https://versia.ru/nejromarketing-kak-moguchie-korporacii-lovyat-na-kryuchok-nezadachlivyx-potrebitelej>.
3. Дули, Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. – Минск: ООО «Попурри», 2018. – 130 с.
4. Красильников А. Б. Становление концепций нейромаркетинга / А. Б. Красильников // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 1. – С. 179-181.
5. Черниговская Т.В. Триггеры продаж [Электронный ресурс] / Т.В. Черниговская // Деловые Эмираты. – 2017. – Выпуск 5/72. – URL: <https://businessemirates.ae/content/pr/393/11894/>.
5. Что делать вузам в эпоху коронавируса / Дж. Девейни, Г. Шимшон, М. Раскофф, Дж. Маджионкалда // Harvard Business Review: Россия. – Режим доступа: – URL: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/uroki-stoikosti-2020/843844>.

ТЕНДЕНЦИИ В ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНОЧНОЙ АНАЛИТИКИ

Беспятая М.Н., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
marinad-28@mail.ru

Введение. Релевантная и точная рыночная аналитика является основой принятия взвешенных решений. В эпоху цифровых технологий, для любой компании исследование рынка становится важным, чем когда-либо ранее. Компаниям необходимо развиваться быстрее, чем конкуренты, и даже создавать новые отрасли, вместо того чтобы «играть в игру с нулевой суммой» на уже привычном рынке.

Изучению проблем, связанных с цифровизацией маркетинговых исследований, посвящено относительно не много трудов, что связано с тем, что это новое направление в науке и потенциал использования больших данных изучен не полностью. Стоит отметить труды J. Birkinshaw, J. Ridderstråle, P. Daugherty, J. Wilson, K. Kelly и других. На сегодняшний день «цифровыми» странами-лидерами являются Норвегия, Швеция и Швейцария.

Целью исследования является обобщение тенденций в цифровизации рыночной аналитики.

Основная часть. Цифровизация рыночной информации заключается в том, чтобы сделать ее неотъемлемой частью цифровой трансформации организации. С точки зрения данных и аналитики, цифровизация рыночной аналитики – это переход от интеллекта (что произошло?) и диагностической аналитики (почему это произошло?) к предсказательной (что произойдет?), и, в конечном счете, к предписывающей аналитике (что следует делать? как воспользоваться этим будущим?).

Ниже приведены пять наиболее фундаментальных тенденций цифровизации рыночной аналитики на сегодняшний день: данные как актив; цифровые предубеждения; единая платформа – утопия; гибрид человека и машины; «назад в школу».

1. Данные как актив. Появляется все больше доступных данных, а их сбор и анализ становится проще и экономичнее. Многие компании стремятся получить больше пользы от данных, даже получить уникальное конкурентное преимущество от инновационного способа использования данных. J. Birkinshaw и J. Ridderstråle акцентируют внимание на парадоксах прогресса, большинство из которых связано с данными и «концом информационной эпохи»:

– «разобраться в огромном пространстве трендов сложнее, чем когда – либо». Современная операционная среда полна «диких карт», «черных лебедей», непреднамеренных последствий и петель обратной связи. Ком-

пании не могут предсказать будущее. Вместо этого они должны взять на себя ответственность за его создание. Это требует новых типов ландшафтного и сценарного анализа и помощи информации в реальном времени;

– «чем больше знаем, тем больше верим». Это постоянная борьба между интуицией и данными, эмоциями и информацией. Компании должны быть осведомлены о предвзятости, и они должны привнести разнообразие точек зрения в свои процессы принятия решений. Нет необходимости в полном наборе данных. Это нормально, чтобы не знать деталей – но обязательно иметь надежного и законного эксперта, чтобы обобщить соответствующую информацию [1].

2. Цифровые предубеждения. Цифровизация порождает новый вид предубеждений, которые влияют на принятие решений и использование рыночной информации. Об этом свидетельствуют ложные убеждения и предубеждения. В худшем случае эта предвзятость превращается в самоподдерживающийся массив больших данных и их очистку. Цифровизация увеличивает доступность и объем данных, расширяет возможности аналитики и сокращает время принятия решений. Например, «с помощью определенного инструмента на основе искусственного интеллекта можно получить лучшие решения» – высококачественное принятие решений не может быть передано на аутсорсинг машине; «аналитика с поддержкой искусственного интеллекта позволяет осуществлять процесс принятия решений без предвзятости» – у машин тоже есть предубеждения, т.к. искусственный интеллект в основном основан на том, чему его обучил человек, а это означает, что ошибки человеческого суждения передаются им.

3. Единая платформа-утопия. Большинство компаний испытывают потребность в едином, объединяющем инструменте для всех деловых и рыночных данных, который позволяет работать в режиме реального времени, с отличным пользовательским интерфейсом и опытом. Это, однако, утопия. На самом деле происходит «ремикс» форматов данных, источников и технологий, «Интернета всего» [2].

4. Гибрид человека и машины. Технология была стимулом для бизнеса еще со времен промышленной революции. С учетом современных цифровых технологий, искусственный интеллект является «панацеей» и ожидаемые последствия от его применения варьируются от «искусственный интеллект как решатель бизнес-проблем» до сингулярностей, таких как «машины, берущие верх над людьми».

P. Daugherty и J. Wilson говорят о 3-й волне трансформации бизнеса, адаптивных процессах, где цифровизация приводит к симбиозу между человеком и машиной. Технология дополняет и увеличивает человеческие возможности, поскольку люди и машины сотрудничают, повышая эффективность бизнеса. P. Daugherty и J. Wilson называют это «недостающей серединой», поскольку лишь немногие компании осознали

возможности такого симбиоза. Большинство компаний по-прежнему считают, что технологии и человеческие показатели существуют по отдельности [3].

Многие возможности вывести эффективность бизнеса на совершенно новый и улучшенный уровень упускаются, когда, например, в маркетинговой аналитике цифровизация рассматривается как выбор «правильных» программных решений, вместо этого доступные технологии должны рассматриваться как средства, инструменты, которые могут использовать аналитики (лица, принимающие решения).

5. «Назад в школу». Важнейшей тенденцией в цифровизации рыночной аналитики является потребность в непрерывном обучении, т.к. потребности в компетенциях кардинально меняются.

Руководители ведущих компаний пропагандируют подход к обучению на протяжении всей жизни. Satya Nadella из Microsoft резюмирует это так: «не будьте всезнайкой. Будь тем, кто учится всему» [4]. Председатель Nokia Risto Siilasma сам вернулся в школу, чтобы получить образование в области искусственного интеллекта, и на основе своего опыта он делится шаблоном «Пять шагов к компетентности в области искусственного интеллекта» для других [5].

Заключение. В современной экономике недостаточно просто обладать аналитическими навыками мирового уровня – цифровизирующийся мир требует глубоких и нестандартных навыков, таких как эмпатия, креативность и способность сотрудничать в экспоненциально растущих экосистемах. Наступает переход от «знаю как» к «знаю кто».

Список литературы

1. Birkinshaw J. *Fast / Forward: Make Your Company Fit for the Future* 1st Edition / J. Birkinshaw, J. Ridderstråle. – London Business School, 2017. – 132 p.
2. Kelly K. *The Inevitable* / K. Kelly. – Penguin Publishing Group, 2016. – 332 p.
3. Daugherty P. R. *Human + Machine – Reimagining Work in the Age of AI* / P. R. Daugherty, J. H. Wilson. – Harvard Business Review Press, 2018. – 241 p.
4. Microsoft's CEO Just Gave Some Brilliant Career Advice. Here It Is in 1 Sentence «Don't be a know-it-all. Be this instead»: Inc. – URL: <https://www.inc.com/justin-bariso/microsofts-ceo-just-gave-some-brilliant-career-advice-here-it-is-in-one-sentence.html> (дата обращения: 16.09.2020).
5. The Chairman of Nokia on Ensuring Every Employee Has a Basic Understanding of Machine Learning – Including Him: Harvard Business Review. – URL: <https://hbr.org/2018/10/the-chairman-of-nokia-on-ensuring-every-employee-has-a-basic-understanding-of-machine-learning-including-him> (дата обращения: 16.09.2020).

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Божко Е.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
o.bozhko@donnu.ru

Актуальность. Одним из фундаментальных понятий в логистике является понятие логистической системы (ЛС). В настоящее время в хозяйственной деятельности логистических организаций распространение получило определение ЛС: «логистическая система – это адаптивная (саморегулирующаяся или самоорганизующаяся) система обратной связи, которая выполняет определенные логистические функции и логистические операции, состоящая из нескольких подсистем и имеющая связи с внешней средой».

Анализ последних исследований и публикаций. Иностранные специалисты и менеджеры в области логистики применяют понятие «логистическая система» гораздо реже, чем понятие «логистическая цепь поставок», часто рассматривая их как синонимы. Западный подход к термину «логистическая система» более прагматичен. Зачастую логистическая система определяется как процесс «планирования и координации всех аспектов физического перемещения материалов, компонентов и готовой продукции для минимизации общих затрат и обеспечения желаемого уровня обслуживания».

Цель исследования – определить приоритетные направления развития логистической системы организации в современных условиях функционирования предприятий и организаций.

Результаты исследования. Изучая логистическую систему как систему, в которой реализуются принципы управления основными и связанными с ними потоками, необходимо учитывать, что существующие ЛС функционируют как структурированные экономические системы, управление объектами и процессами которых могут строиться на основе различных подходов в общей теории управления.

Разработка ЛС может быть обеспечена путем соблюдения методов анализа использования ресурсов с учетом законов энвироники (закон организации, а также закон развития и совершенствования).

Закон организации отражает стабильные значимые причинно-следственные связи, нацеленные на структурную упорядоченность, согласованность естественных и искусственных систем материального мира, общественности и производства.

Закон организации логистических систем следует рассматривать как условие их существования и необходимость достижения более высокого

уровня организации путем создания, улучшения и оптимизации взаимодействия между структурными элементами, обеспечивая возможность получить нужный продукт в нужном месте в нужное время в нужном количестве с правильным качеством и правильной стоимостью.

Закон развития и совершенствования отражает устойчивые, необходимые, объективные, повторяющиеся, существенные причинно-следственные и количественные изменения, постоянное появление нового, более прогрессивного состояния логистических систем: стремление к поиску новых подходов в организации транспортно-технологических схем доставки товаров, достижение целей подсистемы контроля, улучшение ее качественных характеристик совместно с внутренней и внешней средой.

В изучаемых системах взаимодействующие процессы являются технологическими, экономическими, социологическими и природно-экологическими, которые подчиняются действию объективных законов. Наряду с этим эволюция логистики рассматривается с точки зрения использования аутсорсинга с учетом динамики развития операторов логистических услуг.

Классификация поставщиков логистических услуг, в том числе инсорсинга, может быть представлена в следующем виде:

1PL – автономная логистика, в которой все операции выполняет сам грузовладелец;

2PL – логистические операторы, предоставляющие транспортные и складские услуги;

3PL – логистика для третьей стороны, с предоставлением логистических услуг, выходящих за рамки стандартного перечня, включая складирование, перевалку, обработку грузов, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью, а также использование субподрядчиков;

4PL – система логистики операторов, объединяющая всех участников цепочки поставок, являющаяся независимым и нейтральным посредником без привязки к постоянной инфраструктуре и без физических активов, но, с предоставлением пакетов оптимальных решений путем использования основного капитала других компаний. 4PL объединяет логистические услуги, оказываемые несколькими компаниями, в интегрированный пакет. Одно из обязательных условий функционирования 4PL - наличие достаточно мощных и эффективных IT-систем, позволяющих успешно осуществлять взаимодействие между провайдерами услуг, знание отрасли и ее практического опыта;

5PL – виртуальный логистический сервисный провайдер, ключевая компетенция которого лежит в области широкого использования ноу-хау в менеджменте логистических сетевых предприятий. Его деятельность не предполагает управления физическими процессами.

Традиционно цепочки поставок координируются сторонними поставщиками логистических услуг. Их деятельность значительно отличается от

подхода 4PL. 3PL имеет ограниченную гибкость и возможности, 4PL имеет доступ к лучшим ресурсам и имеет гораздо более широкий выбор. 3PL стремится к оптимальному использованию своих физических активов, и, не имея таких активов, 4PL руководствуется интересами клиентов.

3PL использует ценовые преимущества главным образом для снижения стоимости своих услуг, а 4PL экономит затраты по всей цепочке поставок клиента. На практике вышеуказанный недостаток может быть преимуществом, особенно с точки зрения потребителей.

Во-первых, клиенту гарантирован доступ к транспорту во время сезонных пиков или периодов быстрой деловой активности.

Во-вторых, практический опыт, накопленный 3PL за многие годы, позволяет им учитывать особенности различных отраслей и связанных с ними логистических процессов. 4PL, появившийся сравнительно недавно, еще не успел достичь этого уровня зрелости, накопить глубокие знания. В результате они вынуждены направлять значительную часть своей энергии на мониторинг рынка, чтобы выбрать лучшие предложения.

Развитие логистических систем можно охарактеризовать как процесс внедрения, а точнее внедрения международных норм и правил в законодательство и практику предприятий. Значимость единообразия стандартов предоставления логистических услуг, разработанных на основе международно-правовых норм, очевидна. События последних десятилетий показывают, что кризис внутри одного государства неизбежно оказывает негативное влияние на финансовые системы других государств и мировую экономику в целом.

Заключение. Таким образом, современное состояние логистики во многом связано с формированием виртуальных корпораций, развитие которых становится одной из основных тенденций мировой экономики. Условия для разработки логистических систем требуют серьезного изучения направлений развития технического и социального прогресса, которые непосредственно влияют на возникновение новых потребностей. Их учет и количественные изменения должны включать не сравнение с заранее определенными показателями, а поиск новых путей и методов повышения эффективности.

Список литературы

1. Стратегическое управление цепочками поставок. Теория, организационные принципы и практика эффективного снабжения: учебно-практическое руководство / П. Кузинс [и др.]. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 316 с.

ДИАГНОСТИКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Германчук А.Н., канд. экон. наук, доц.,

Балабанова И.В.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

allagerm@rambler.ru

Введение. В системе стратегического управления маркетингом ведущая роль принадлежит маркетинговому потенциалу, с помощью которого предприятие может выявить скрытые резервы и разработать эффективные и результативные стратегии развития. Несмотря на безусловную значимость и актуальность данного понятия для современных рыночных условий, вопросам стратегического управления маркетинговым потенциалом уделяется недостаточно внимания.

Обзор литературных источников, касающихся теоретических и практических аспектов формирования и развития маркетингового потенциала позволил выделить несколько подходов к определению сущности данного подхода.

Так, ряд авторов указывает, что маркетинговый потенциал рассматривается как «... совокупность внутренних возможностей и внешних шансов удовлетворять потребности потребителей и получать на этой основе максимальные экономические выгоды» [4, с. 42], «... совокупность средств и возможностей предприятия в реализации маркетинговой деятельности» [3], то есть определяется умением руководства предприятия использовать возможности внешней среды для обеспечения эффективной маркетинговой деятельности.

Другие авторы определяют маркетинговый потенциал, как «...способность предприятия к поиску и идентификации потребностей определенных сегментов рынка [5, с. 191], « ... мере готовности, способности предприятия, его маркетинговой службы своевременно и качественно выполнять маркетинговые функции, решать намеченные задачи » [2, с. 44], способности персонала к разработке такой стратегии, которая «...способствовала бы максимально эффективному использованию маркетинговых ресурсов...» [6, с. 97], т.е. основой маркетингового потенциала считают совокупность знаний, умений и навыков персонала, его способности к решению определенных задач маркетинга.

Наиболее удачным, на наш взгляд, является сочетание указанных подходов к определению маркетингового потенциала – «...система маркетинговых ресурсов (часть ресурсов предприятия, направленные на обеспечение его эффективной маркетинговой деятельности) и маркетинговых

усилий предприятия (способность предприятия увеличивать свою рыночную долю благодаря использованию маркетинга)» [1, с. 21].

Основная часть. Стратегическое управление маркетинговым потенциалом предполагает его диагностику, которая позволяет определить сильные и слабые стороны маркетинговой деятельности предприятия и оценить возможности реализации стратегического подхода. По нашему мнению, в процессе диагностики маркетингового потенциала следует оценить следующие его составляющие: маркетинговый инструментарий, маркетинговая активность, маркетинговые усилия, финансовая независимость, информационные ресурсы, концепция риск-менеджмента. Оценка маркетингового потенциала предприятия проводилась экспертным путем с помощью 10-ти балльной шкалы оценки (таблица 1).

Таблица 1

Оценка маркетингового потенциала предприятия

Составляющие маркетингового потенциала	Количественное значение		Уровень реального и желаемого маркетингового потенциала, %																	
	реальное состояние	желаемое состояние	10	20	30	40	50	60	70	80	90									
<i>Маркетинговый инструментарий</i>																				
• результат, баллы	0,79	1,30																		
• максимум, баллы	1,7	1,7																		
• ур-нь исп-ния, %	46,5	76,5																		
<i>Маркетинговые усилия</i>																				
• результат, баллы	1,05	1,35																		
• максимум, баллы	2,0	2,0																		
• ур-нь исп-ния, %	52,5	67,5																		
<i>Маркетинговая активность</i>																				
• результат, баллы	0,8	1,18																		
• максимум, баллы	1,6	1,6																		
• ур-нь исп-ния, %	50,0	73,8																		
<i>Финансовые ресурсы и инструментарий</i>																				
• результат, баллы	0,72	1,33																		
• максимум, баллы	1,8	1,8																		
• ур-нь исп-ния, %	40,0	73,9																		
<i>Информационные ресурсы и инструментарий</i>																				
• результат, баллы	0,78	1,17																		
• максимум, баллы	1,5	1,5																		
• ур-нь исп-ния, %	52,0	78,0																		
<i>Риск-менеджмент</i>																				
• результат, баллы	0,53	1,015																		
• максимум, баллы	1,4	1,4																		
• ур-нь исп-ния, %	37,9	72,5																		
СРЕДНЕЕ НАЧЕНИЕ	46,5	73,7																		

Примечание

- ◆ — Реальное состояние маркетингового потенциала
- — Желаемое состояние маркетингового потенциала

Результаты исследования показали, что наиболее проблемными местами маркетингового потенциала предприятия являются: слабое использование маркетингового инструментария, отсутствие надлежащего стратегического маркетингового программирования, недостаточное проведение стратегического контроля и анализа маркетинговой деятельности, неэффективная практика составления бюджета на проведение стратегических маркетинговых исследований, трудности в доступа к источникам получения стратегической маркетинговой информации, отсутствие практики формирования информационного банка данных на предприятии, низкая разработанность концепции управления маркетинговыми рисками. Результаты проведенного исследования позволили сделать вывод о достаточно низком уровне использования имеющегося маркетингового потенциала предприятия, так как итоговое среднее значение рассчитанного показателя составило 46,5 %.

Рассчитанная средняя величина стратегического разрыва между желаемым и существующим состоянием маркетингового потенциала составила 26,8 %, что свидетельствует о наличии достаточных возможностей для более эффективного использования стратегического маркетингового потенциала и обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ.

Заключение. Маркетинговый потенциал рассматривается как совокупность маркетинговых ресурсов и маркетинговых усилий предприятия и позволяет выявить скрытые резервы и разработать эффективные и результативные стратегии развития. Основными составляющими маркетингового потенциала являются маркетинговый инструментарий, маркетинговая активность, маркетинговые усилия, финансовая независимость, информационные ресурсы, концепция риск-менеджмента. Проведенные исследования свидетельствуют о низком уровне использования маркетингового потенциала, что предполагает необходимость разработки рекомендаций по совершенствованию стратегического управления маркетинговым потенциалом.

Список литературы

1. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: монографія / Л.В. Балабанова, Р.В. Мажинський. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 153 с. – (Школа маркетингового менеджменту).
2. Баранчєєв В. Стратегічний аналіз – технологія, інструменти, організація / В. Баранчєєв // Проблеми теорії і практики управління. – 1998. – № 5. – С. 12-20.
3. Дей Д. Стратегический маркетинг / Д. Дей. – М.: ЭКСМО-Пресс. – 2002. – 640 с.
4. Олексюк О. Маркетинговий потенціал підприємств цементної промисловості України / О. Олексюк // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 4. – С. 42-45.
5. Чимшит С.И. Управление потенциалом сложных социально-экономических систем / С.И. Чимшит. – Д.: Монолит, 2008. – 362 с.
6. Юлдашева О.У. К вопросу теории и методологии формирования маркетингового потенциала компании / О.У. Юлдашева // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2006. – № 2. – С. 95-110.

ОЦЕНКА КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*Долматович И.А.*¹, д-р экон. наук, проф.,

*Головизнина О.А.*², канд. экон. наук, проф.

¹ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»,
г. Ярославль, РФ

²ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический университет
им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль, РФ
dolmigor@yandex.ru

Введение. Коммуникативная эффективность интернет-маркетинговых коммуникаций показывает степень точности донесения информации о компании и её товарах/услугах до целевых групп потребителей и то, насколько правильно в восприятии потребителей отражается созданный компанией образ [1].

Наиболее распространённым подходом к оценке коммуникативной эффективности интернет-маркетинговых коммуникаций является подход, в основе которого лежит модель AIDA (акроним от Attention – внимание, Interest – интерес, Desire – желание, Action – действие).

Основная часть. Данная коммуникационная модель подразумевает выделение шести этапов взаимодействия интернет-пользователей с информацией: демонстрация сообщения пользователю; привлечение внимания; заинтересованность; посещение веб-сайта; действие; повторение. Для каждой из этих стадий определён набор показателей эффективности (см. таблицу).

Основным критерием эффективности на первом этапе взаимодействия пользователей Интернета с информацией является индекс осведомлённости (AW), рассчитываемый по формуле:

$$AW = \frac{\text{Осведомленные пользователи}}{\text{Целевая аудитория}}$$

Существует также несколько показателей, позволяющих оценить коммуникационную осведомлённость, которые в отличие от AW, поддаются менее точным подсчётам: число показов (I) – количество пользователей, которым был продемонстрирован информационный материал; число уникальных показов (UI) – число показов за вычетом повторных показов одним и тем же интернет-пользователям; пересечение аудиторий – часть интернет-пользователей, которая видела определённый информационный материал сразу на нескольких веб-страницах; частота показа (AF), определяемая как отношение I к UI.

Для оценки привлечения внимания посетителей рассчитывается показатель кликабельности (CTR), выражающийся в процентах:

$$CTR = \frac{K}{I} * 100\%,$$

где К – количество пользователей, кликнувших на рекламу, или число кликов. Клик – нажатие клавиши мышки при наведении курсора на ссылку [2].

Эффективность коммуникативного воздействия на стадии формирования заинтересованности оценивается с помощью следующих показателей: число кликов (К); число уникальных кликов (UK) – число кликов за вычетом повторных кликов со стороны одних и тех же интернет-пользователей; CTR; частота клика (CF), определяемая как отношение К к UK.

Таблица 1

Показатели коммуникативной эффективности маркетинговых коммуникаций в Интернете согласно модели AIDA

Этапы	Задачи	Показатели
1. Осведомлённость	Неосведомлённые пользователи → осведомлённые пользователи	Индекс осведомлённости (Awareness Index, или AW) Число показов (Impressions, или I) Число уникальных показов (Unique Impressions, или UI) Пересечение аудиторий Частота показа (Ad Frequency, или AF)
2. Привлечение внимания	Осведомлённые пользователи → клики	Кликабельность (Click-Through Rate, или CTR) «Подушка посещаемости» (Attendance Pillow, или AP)
3. Заинтересованность		Число кликов (К) Число уникальных кликов (UK) CTR Частота клика (Click Frequency, или CF)
4. Контакт (посещение веб-сайта)	Клики → посещение веб-сайта	Эффективность контакта (CON) Посещаемость (V) Число уникальных посетителей (Unique Visitors, или UV) Частота посещения (Site Frequency, или SF) Длина посещения Число просмотров страниц (Page Impressions, или PI) Глубина просмотра (GP) Показатель отказов (Bounce Rate, или BR)
5. Действие	Посещение веб-сайта → покупка	Число действий Число заказов Число оплаченных заказов (число продаж) Среднее число продаж на одного клиента (O)
6. Повторение	Покупка → повторные действия	Показатели эффективности предыдущих этапов

Ключевым показателем на этапе посещения пользователем веб-сайта является эффективность контакта (CON):

$$CON = \frac{V}{I} * 100\%,$$

где V – количество посетителей веб-сайта (Visitors).

Также на данном этапе измеряются: посещаемость (V) – число пользователей, посетивших веб-сайт в течение определённого периода времени; число уникальных посетителей (UV) – число неповторяющихся пользователей; частота посещения (SF), определяемая как отношение V к UV; длина посещения – количество времени, проводимое интернет-пользователем на веб-сайте в течение одного посещения; число просмотров страниц (PI) – количество загрузок веб-страниц интернет-пользователями, включающее также возврат на посещённые ранее веб-страницы; глубина просмотра (GP), отражающая количество веб-страниц, просмотренных пользователем в течение одного посещения сайта, и определяемая как отношение PI к V; показатель отказов (BR) – количество пользователей, покинувших сайт в течение нескольких секунд после загрузки страницы, не изучив его содержание.

Отказом в Яндекс. Метрике считается пребывание на сайте менее 15 секунд, а в Google Analytics – менее 30 секунд.

После посещения веб-сайта интернет-пользователя может возникнуть необходимость в заказе и покупке товара, уточнении информации и др., то есть в совершении каких-либо действий. На данном этапе рассчитываются следующие показатели: число действий и его разновидности: «число заказов» и «число продаж» (под действием может также подразумеваться телефонный звонок в компанию для выяснения необходимой информации, скачивание прайс-листа или регистрация на веб-сайте для участия в мероприятии, проводимом компанией, и др.); среднее число продаж на одного клиента (O).

Заключение. Для того, чтобы иметь полное представление об эффективности интернет-маркетинговых коммуникаций, необходимо учитывать повторные действия пользователей. На данном этапе используются показатели, рассчитываемые на предыдущих этапах.

Список литературы

1. Гайворонская С. А. Методические подходы к оценке эффективности маркетинговых коммуникаций в сети Интернет / С. А. Гайворонская, Ю. В. Шурчкова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2015. – № 12. – С. 109-123.
2. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения / О. П. Лидовская. – СПб.: Питер, 2008. – 141 с.
3. Нестерова О. Н. Повышение эффективности реализации стратегии позиционирования компании в интернет-среде на основе формирования сбалансированной системы показателей / О. Н. Нестерова. – Ярославль, 2019. – 121 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЯСА И МЯСОПРОДУКТОВ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Дробот А.Н.

ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный аграрный университет», г. Луганск, ЛНР
istoria@lnau.lg.ua

Введение. Продукция мясной отрасли является одной из важнейших составляющих продовольственной безопасности Луганской Народной Республики, поскольку уникальность и незаменимость мясопродуктов играет важную роль в формировании полноценного рациона питания человека. На этой основе возникает проблема эффективности работы аграрного сектора и обеспечения населения качественной и доступной мясной продукцией. Решить эту проблему возможно при условии реализации государственной политики, направленной на развитие инновационной модели экономического роста.

Основная часть. Мясной рынок существует в ЛНР соответственно сложившейся структуре, включающей в себя звенья первичной обработки и промышленной переработки, оптовое звено, розничное звено и потребителей конечной продукции отрасли. Механизмом этого выполнения является рынок мясопродукции, включающий организационно-экономические формы взаимоотношений между субъектами хозяйствования различных сфер отрасли животноводства, обеспечивающий движение продукции на всех стадиях воспроизводственного процесса – от выращивания и откорма животных (получение мясного сырья) к выработке готовых продуктов и реализации их конечному потребителю [3, с. 221]. Также понятие «рынок мяса и мясопродуктов» включает функционирование его различных контрагентов (сельскохозяйственных, заготовительных, перерабатывающих и торговых организаций), между которыми объективно возникают производственные связи и успешно решаются экономические взаимоотношения [1, с. 528]. Рынок продукции мясоперерабатывающего подкомплекса АПК состоит из следующих элементов: мясной рынок, рынок мясных полуфабрикатов, рынок колбасных изделий и рынок мясных консервов.

П. Пуцентейло определил особенности, характерные мясному рынку:

во-первых, на мясном рынке в качестве товаров выступает продукция отраслей мясного животноводства и птицеводства, отличающихся особенностями производственно-хозяйственной деятельности. Спрос мяса в значительной мере зависит от условий содержания животных и птицы, а также обеспечения их кормами и защиты от различных заболеваний.

Во-вторых, мясной рынок является неоднородным, судя по его структуре. Виды мясной продукции различаются по вкусовым качествам, содержанию питательных веществ и жирам.

В-третьих, на емкость мясного рынка и его структуру влияют: географическое расположение рынка, этнический состав населения и уровень экономического развития общества.

В-четвертых, мясной рынок оказывает огромное влияние на развитие экономики страны и ее отдельных регионов, что проявляется, прежде всего, в особом взаимодействии с другими рынками. Кроме того, эффективность функционирования мясного рынка характеризует уровень жизни населения, поскольку мясная продукция является неотъемлемой частью рациона человека. При этом спрос на мясо напрямую зависит от таких факторов, как уровень доходов населения, а также климат и пищевые преимущества населения региона [2, с. 25-26].

Итак, можно сказать, что стратегической задачей для Луганской Народной Республики является необходимость наверстать развитые страны по производству мяса и мясопродуктов с целью обеспечения физической и экономической доступности данной группы продовольствия. В современных условиях для достижения данной цели относительно продукции мясной промышленности в ЛНР необходимо:

- наращивать сырьевую базу национального животноводства за счет развития мясного скотоводства и свиноводства;
- рационально применять сырье и энергоресурсы, используя гибкие режимы работы и новые технологии;
- повысить ответственность бизнеса, ученых, технологов и политиков за качество импортируемой мясной продукции;
- установить необходимые стандарты по производству мясопродуктов и жесткие санкции в отношении тех, кто производит некачественную продукцию;
- обеспечить усиление роли государства в повышении благосостояния граждан и уменьшении расхождения в дифференциации доходов населения;
- обратить внимание на обеспечение свободного доступа к информации (маркировка продукции).

В настоящее время злободневными проблемами для экономики страны являются: низкий уровень платежеспособности населения; недостаточный уровень развития инфраструктуры рынка; несоответствие цен на рынке продукции сельского хозяйства и материально-технических ресурсов; недостаточность инновационной и предпринимательской активности в сфере производства продукции сельского хозяйства.

Результаты показывают острую необходимость в неотложной коррекции и развития векторов государственной политики в животноводстве и мясоперерабатывающей промышленности в следующих направлениях:

- стимулирование эффективных каналов продвижения свежего и охлажденного мяса, усиление контроля за содержанием и производством колбас из заменителей растительного происхождения и низкосортных субпродуктов животноводства;

- активная поддержка в вопросах реструктуризации крупных постсоветских мясоперерабатывающих комплексов и создание современных производств по первичной переработке мяса при крупных предприятиях и перерабатывающих кооперативах малых и средних производителей по выращиванию скота и птицы;

- всестороннее стимулирование перерабатывающей кооперации среди производителей и становление долгосрочных контрактных отношений в устойчивых производственных территориальных кластерах вокруг средних и крупных предприятий по первичной переработке (от забоя и переработки до полутуш и разубов);

- ускорение адаптации национальных стандартов к международным нормам; стимулирование, создание и поддержка развития профессиональных объединений производителей мяса, перенос на них функций промоутирования отечественной продукции на целевых рынках, частично функций разработки стандартов и контроля за их соблюдением.

Заключение. Таким образом, мясная и мясоперерабатывающая промышленность Луганской Народной Республики характеризуется высоким потенциалом развития и требует инновационных изменений. Для того чтобы повысить уровень рентабельности мясо перерабатывающих предприятий, стоит создать единую систему производства, переработки и реализации готовой продукции. Стабильного развития сырьевой базы можно достичь взвешенной инвестиционной политикой на всех предприятиях – участниках технологического процесса (от производства сельскохозяйственного сырья до реализации конечной продукции), что окажет положительное влияние на решение основных проблем, стабилизацию и успешность работы всего мясного и мясоперерабатывающего комплекса.

Список литературы

1. Аграрный сектор экономики (состояние и перспективы развития) / [Присяжнюк М. В., Зубец М. В., Саблук П. Т. и др.]; под ред. М. В. Присяжнюка, М. В. Зубца, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К.: ННЦ ИАЭ, 2011. – 1008 с.
2. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспособность мясного животноводства: теория и практика: моногр / П. Р. Пуцентейло. – Тернополь: ВПЦ «Экономическая мысль ТНЭУ», 2011. – 420 с.
3. Рынок продовольствия: проблемы формирования и развития / под ред. П. Т. Саблука, В. И. Бойко, М. Г. Лобаса. – К.: ИАЭ УААН, 1996. – 278 с.

КАННИБАЛИЗАЦИЯ БРЕНДА

Дудник В.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
v.dudnik@donnu.ru

Введение. В современном мире производители изо всех сил пытаются максимизировать капитал собственного бренда, и одним из путей достижения данной цели является его линейное расширение. Владельцы бренда используют существующее имя бренда, чтобы уменьшить барьеры для входа новой линейки товаров на рынок, что в результате может привести к получению дополнительной прибыли. Подобное расширение линии за счет родительского бренда является признаком каннибализации, а дополнительные расходы на нововведения будут понесены без увеличения дохода.

Целью исследования является изучение понятия каннибализация брендов и рынков, а также выявление основных рисков, связанных с данными явлениями.

Основная часть. Каннибализация бренда – это очень распространенный термин в современном деловом мире, который обозначает снижение продаж конкретного продукта из-за запуска новой аналогичной продукции на рынке той же самой компанией. Другими словами, каннибализация бренда приводит к потере клиентской базы или спроса на существующий продукт за счет переключения клиентов на новый продукт. Очень часто каннибализация используется в качестве стратегии для увеличения общего числа клиентов и захвата большей доли рынка.

Каннибализация не является нарушением прав на другой бренд, так как оба бренда находятся в распоряжении одного правообладателя. Для компании, выбравшей такой путь развития и расширения потребительских сегментов важно иметь защиту на оба бренда, то есть наименования и/или идентификация бренда должны быть зарегистрированы в качестве товарных знаков.

Каннибализация бренда может быть преднамеренной или скрытой. В первом случае компания пытается удалить некоторые старые бренды, чтобы захватить значительную долю рынка конкурентов и сохранить собственную существующую клиентскую базу. С другой стороны, в случае незапланированной каннибализации старые бренды автоматически удаляются с рынка из-за неструктурированного репозиционирования нового бренда на рынке. Поэтому каннибализация бренда может помочь только тогда, когда она хорошо продумана.

Многие компании считают, что, когда аналогичные продукты вытесняются на рынок, тенденция существующих продуктов к

преждевременному уничтожению становится высокой. Это можно объяснить резким смещением потребительского интереса к новому продукту, а не созданием нового потребительского пространства для того же самого продукта. Преднамеренные стратегии каннибализации часто принимаются многими организациями, поскольку они считают, что если они не каннибализируют, некоторые из их конкурентов могут выполнить то же самое и получить большее проникновение на рынок. Таким образом, каннибализация бренда помогает организациям защитить лояльность своих клиентов от влияния конкурентов.

Каннибализация рынка (корпоративный каннибализм) – это потеря продаж, вызванная внедрением компанией нового продукта, который вытесняет один из ее собственных старых продуктов. Каннибализация существующих продуктов не приводит к увеличению доли рынка компании, несмотря на рост продаж нового продукта. Обратившись к своим нынешним клиентам вместо того, чтобы привлечь новых, компания не сможет увеличить свою долю на рынке, почти наверняка увеличив свои издержки производства.

Каннибализация рынка может произойти, когда новый продукт похож на существующий продукт, и оба имеют одинаковую клиентскую базу. Каннибализация может также произойти, когда сетевой магазин или фаст-фуд теряют клиентов из-за того, что поблизости открывается другой магазин того же бренда.

Маркетинговая каннибализация часто делается непреднамеренно, когда маркетинговая или рекламная кампания новых продуктов отвлекает клиентов от существующего продукта. В результате каннибализация рынка может повредить прибыльности компании. Особенно в технологической отрасли, когда существует конфликт предлагаемой услуги с сущностью другой. Одним из таких примеров является введение Google расширения Chrome Google Quick Scroll. Google Quick Scroll – это инструмент поиска в браузере, который позволяет пользователям выполнять более быстрый запрос «найти на странице». Рекламная платформа Google является одним из их самых прибыльных бизнесов, и Google Quick Scroll ставит под угрозу рекламную бизнес-модель Google, позволяя быстрый поиск, следовательно, сокращая среднее время, которое пользователи проводят на веб-странице. С тех пор как специалисты выяснили этот факт, расширение Chrome было отмечено как «не поддерживаемое» Google.

Однако каннибализация рынка может быть преднамеренной стратегией роста. Сеть супермаркетов, например, может открыть новый магазин рядом с одним из своих старых магазинов, зная, что они неизбежно будут поглощать продажи друг друга. Однако новый магазин также «украдет» долю рынка у ближайших конкурентов, и даже вытеснит их из бизнеса в конечном итоге.

Каннибализация как маркетинговая стратегия обычно не одобряется биржевыми аналитиками и инвесторами, которые рассматривают ее как

потенциальное препятствие для получения краткосрочной прибыли. Поскольку компании разрабатывают свои маркетинговые стратегии, необходимо избегать каннибализации маркетинга, а продажи отдельных продуктов должны тщательно контролироваться, чтобы определить, происходит ли каннибализация. Например, быстрое расширение таких сетей, как Starbucks и Shake Shack, наглядно доказывает, что компании постоянно взвешивают возможности роста продаж с рисками каннибализации местного рынка.

Иногда рыночного каннибализма не удастся избежать. Каждый крупный универмаг теперь имеет интернет-магазин, прекрасно осознавая, что его продажи могут только снизить их продажи. Однако, их единственный выбор – это позволить интернет-ритейлерам продолжать отбирать у них долю рынка. В настоящее время Amazon занята открытием сети магазинов под названием Amazon Go. Будут ли новые магазины каннибализировать сайт? Это маловероятно, поскольку Amazon Go продает только те товары, которые нельзя купить на веб-сайте, а именно готовые к употреблению свежие блюда.

Заключение. Канализация бренда как часть стратегических действий рискованна, так как она напрямую препятствует прибыльности компании, несмотря на ее потенциальную способность генерировать доход. Поэтому любая компания, имеющая сильную ликвидную базу или стабильную структуру оборотных средств, может пойти на это. Хотя каннибализация бренда используется для борьбы с конкурентами, изначально она «съедает» продажи и прибыль компании. Поэтому те компании, которые способны нести временные убытки, могут в будущем получать прибыль за счет каннибализации бренда.

Список литературы

1. Аакер Дэвид А. Создание сильных брендов (2-е издание). – М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 440 с.
2. Market Cannibalization// Article, March 24, 2019 by Will Kenton [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketcannibilization.asp> (дата обращения 07.10.2020).
3. Каннибализация брендов. Библиотека маркетолога // В. Покорняк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/pricing/brand_cannibalism.htm (дата обращения 07.10.2020).

НЕЭТИЧНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И ЭТИЧНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
itv2106@mail.ru

Введение. Существенное влияние на развитие и ведение бизнеса оказывают информационные технологии (ИТ). Доступность ИТ открывают перед маркетингом новые возможности, которые активно усваиваются в интернет-пространстве. Сегодня, по данным медиа агентства «We Are Social» количество пользователей за год увеличивается на 7 % [1]; работа в Интернете привлекает не только специалистов в области компьютерных ИТ, но и других специалистов; быстрыми темпами развивается электронный бизнес, а в экономической науке обособливается новая отрасль – интернет-маркетинг.

Вопросами изучения инструментов интернет-маркетинга занимались многие ученые: В. Голик, П. Доуминг, Т. Кеглер, П. Доуминг, Б. Тейлор, Дж. Тестерман и др.

Целью исследования является систематизация неэтичных методов продвижения и выделение основополагающих принципов этических маркетинговых коммуникаций в Интернет.

Основные результаты. Высокая эффективность представления и усвоения информации, которая значительно повышает возможности маркетинга в расширении взаимосвязи предприятий и потребителей возможна только посредством Интернета. Это является его отличительной особенностью и уникальной характеристикой [2].

Однако доступность и развитие возможности сети Интернет как средства маркетинговых коммуникаций обособило ряд вытекающих проблем, среди которых особое место занимают этические вопросы маркетинга в сети, сформировавшие новые этические проблемы.

Представления об этичности методов продвижения меняются в сети довольно быстро. Это касается раскрутки сайта в поисковых системах, когда обмен активными ссылками постепенно превращается в запрещенный метод. Основные неэтичные методы продвижения в интернет-маркетинге представлены в таблице 1.

Для соблюдения интересов потребителей, которые по праву считаются основополагающими, так как обеспечивают рекламодателям их агентам и консультантам эвентуальности для устойчивого использования любых коммуникационных возможностей была создана Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР). «В соответствии с

Таблица 1
Основные незитичные методы продвижения в интернет-маркетинге (составлено автором на основе [3])

№ п /п	Название метода	Характеристика незитичности метода
1.	Спам – рассылка рекламы или других видов информации лицам, выражали желания их получить	наносит огромный ущерб существованию электронной почты - адресаты оплачивают трафик, тратят время на чтение и удаление незапрашиваемой рекламы. В этой связи накладывается дополнительная нагрузка на информационные системы и ресурсы.
2.	Обман поисковых систем - с целью повысить позиции страниц сайта манипулирование результатами	своеобразная «черная» оптимизация (англ. black SEO) - по ключевым запросам сайты находятся на верхних местах в поисковых системах, применяя спамдоксины сайт будет занесен в черный список, или так называемый «бан», а потом его удалят из базы. Основными его приемами являются: клоакинг, дорвен и свопинг.
3.	«Черный» PR - анонимное обнародование негативной, компрометирующей информации	иногда применяют против собственной компании ради достижения различных стратегических целей. Главное, чтобы размещенная информация была интересна участникам форумов и не нарушала правил, установленных администраторами.
4.	Накрутка цитируемости – предоставление места на своем сайте под гиперссылки	Показатели цитируемости очень хорошо демонстрируют уровень доверия к вашему ресурсу. Когда «накручивается» цитируемость, сайт оказывается в поисковых системах выше, чем другие, более достойные ресурсы.
5.	Тайпсквотинг - захват доменов, похожих на домены известных компаний	основан на том, что пользователи при наборе адресов часто допускают опечатки, пропускают символы, не всегда знают правильное написание того или иного иноязычного слова. Определенный положительный эффект наблюдается для развлекательных ресурсов – случайно попавшие на сайт люди могут на какое-то время остаться там.
6.	Накрутка счетчиков – за счет высокого рейтинга происходит приток целевых посетителей	Счетчики накручивают как раз для привлечения посетителей; желание обмануть рекламодателей. Чем выше «посещаемость», тем больше денег сайт может принести как рекламная площадка. Завышенные показатели дают «почву» модераторам для удаления сайта из рейтинга.
7.	Накрутка посещаемости сайтов – искусственное привлечение на сайт многих незаинтересованных посетителей.	администраторы раскручиваемого сайта может быть все равно, откуда приходят посетители. Их совокупность принято называть «порнотрафиком». Широко распространено привлечение на сайт профессиональных веб-серферов.
8.	Всплывающие окна – дополнительные окна браузера, которые появляются при загрузке определенных страниц сайта.	часто вызывает раздражение, однако, наиболее эффективный среди незитичных методов. Часто применяется Spuware – «шпионское» программное обеспечение, распространяемое вместе с другими полезными программами и предназначенная для автоматической отсылки к продвигаемым сайтам или сбора информации.

требованиями законодательных и иных нормативно правовых актов Российской Федерации и федеральных стандартов вправе самостоятельно разрабатывать, выбирать и применять стандарты, нормативы, рекомендации, приемы и методы в различных областях, включая ... деятельность в сфере рекламы и коммерческих коммуникаций [4]». Кроме этого Ассоциация Интерактивных Агентств (АИА) разработала ключевые принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет (рис.1).

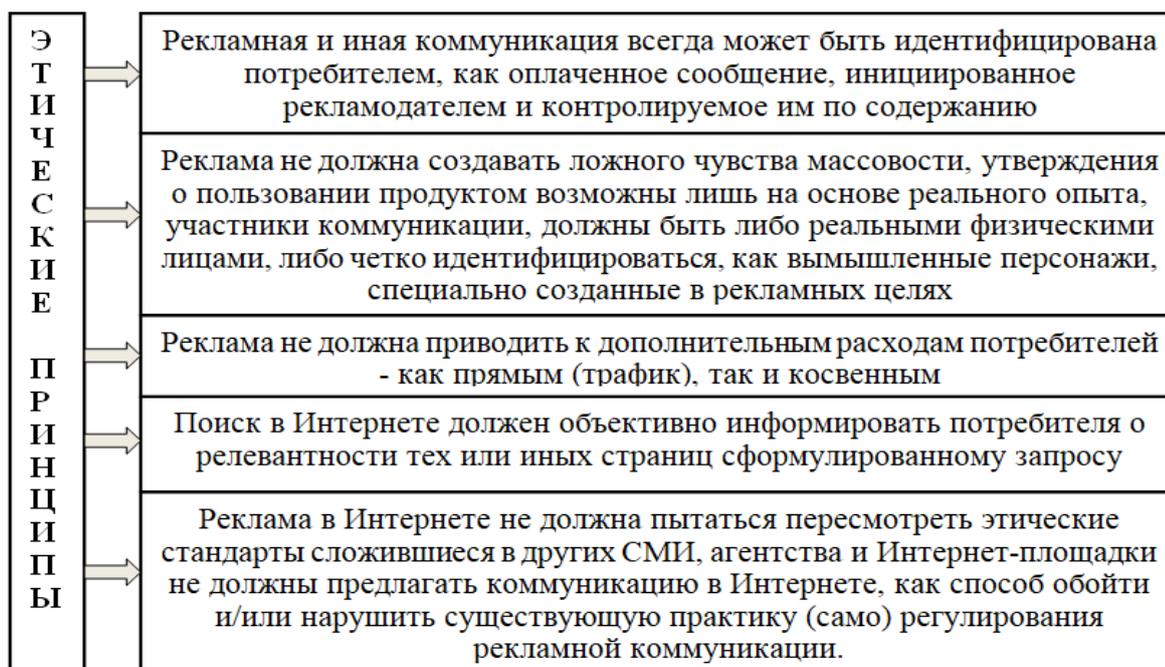


Рис. 1. Принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет

Многие интернет-пользователи самостоятельно или, привлекая специализированные фирмы, применяют неэтичные методы, не подозревая даже о негативных возможных последствиях (включая и уголовную ответственность).

Заключение. Таким образом, только применяя в профессиональной деятельности принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернете, можно добиться эффективного противостояния неэтичным методам продвижения.

Список литературы

1. We Are Social [Электронный ресурс] // Официальный сайт медиа агентства «We Are Social». – URL: <https://wearesocial.com> (дата обращения: 21.09.2020).
2. Потрудитесь над созданием четкого УТП [Электронный ресурс] // URL: <http://www.ouer.ru/potrudites-n-ad-sozdaniem-chetkogo-utp>. (дата обращения: 22.09.2020).
3. Интернет-маркетинг: тексты лекций / сост. М. В. Коротков, Д. А. Жук. – Минск: БГТУ, 2011. – 154 с.
4. Индустриальные стандарты [Электронный ресурс] // Официальный сайт Ассоциации Коммуникационных Агентств России. – URL: <http://pr.pstu.ru/files/files/AKAP.pdf>.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц.,

Моголюк В.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

mogolyuk.valeriya.97@mail.ru

Введение. С развитием Интернет-пространства, многие предприниматели перевели свою деятельность, на различные Интернет площадки, платформы. Продукт в сети слишком быстро теряет актуальность, следовательно, целевая аудитория становится более требовательной и внимательной, к предлагаемому товару или услуге. Для того, чтобы оставаться незаменимым лидером на рынке, необходимо внедрять различные технологии продвижения в работу площадки, с которой имеет дело бизнесмен. Продвижение должно быть профессиональное и комплексное, в дальнейшем эти факторы будут способствовать качественному результату.

Цель данной статьи заключается в разработке и внедрении комплекса мероприятий современных технологий продвижения, в деятельность предприятия.

Основная часть. Маркетинг сегодня является нестабильной, динамично развивающейся сферой, внося свои коррективы в бизнес многочисленных предпринимателей. В последнее время владельцам малого и среднего бизнеса, требуется уделять больше внимания современным трендам и развитию маркетинга в сети.

Для успешного продвижения продукта, необходимо придерживаться комплекса мероприятий, который сможет привести к желаемому результату.

Первоначальным действием, необходимым для качественного продвижения в сети, конечно же, является выбор интернет-площадки, далее для создания нового товара, его упаковки и доставки потребителям через интернет-платформу важно внедрение искусственного интеллекта. Затем, для более слаженной работы и получения максимума информации о текущих клиентах применяется технология BigData, позволяющая правильно выстраивать дальнейшие маркетинговые стратегии.

Коммерция в социальных сетях, позволит обезопасить покупки пользователей и даст информацию о нужном продукте в полном объеме. Гиперсегментация позволит выявить статистику тех пользователей, которые посещали сайт и оставили большой объем информации о себе. Продвижение бренда за счет лидеров мнений и популярных блогеров, это один из самых популярных способов продвижения в мире, этот способ повысит узнаваемость бренда, доверие, увеличит поток потребителей. Развивающиеся рынки предпочитают осуществлять платежи через

мобильные устройства, исходя из этого внедрение покупок через мобильные устройства, пользуется большим спросом в ведущих странах, следящих за новинками и трендами.

На рис. 1 наглядно представлен комплекс мероприятий по внедрению инновационных технологий, перечисленных выше, использование которых на выходе «выдадут» качественное продвижение продукта или услуги в сети Интернет.

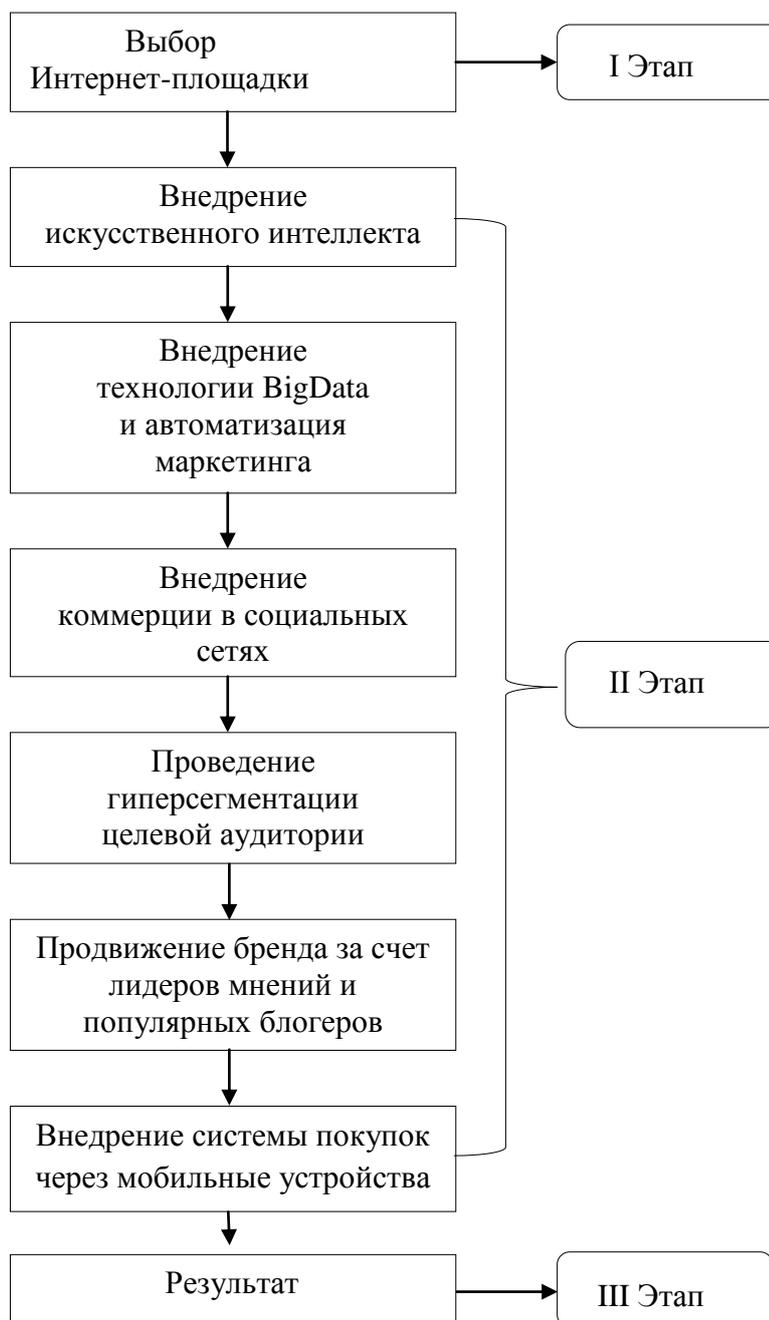


Рис. 1. Комплекс мероприятий по внедрению инновационных технологий в деятельность предприятия

Эффективность продвижения продукции с помощью разработанных инновационных технологий, увеличится, а посредством применения профессиональных специалистов, достигнет положительных результатов, что в свою очередь повлечет перспективное развитие бизнеса. Данное развитие, всегда будет сопровождаться увеличением оборотов продаж, расширением ассортимента продукта или услуги. В противном случае, не применяя новинки и не совершенствуя систему привлечения целевой аудитории, это может привести к снижению прибыли, так как конкуренты постоянно модернизируют деятельность компании, осуществляют разработки новых продуктов для выхода на лидирующие позиции, с целью привлечения большего количества покупателей товара или услуг, применяя новые технологии в сети.

Заключение. Современное маркетинговое пространство временами переменчиво, особенно в частном секторе. Исходя из этого маркетинговые инновации играют важную роль в развитии предпринимательской деятельности.

Основное к чему стремится предприниматель, когда рабочая платформа нацелена на формирование личного бренда, интернет площадка должна в полной мере информировать о том, каким образом данный канал важен для потребителя и почему именно он должен заострять внимание аудитории.

Залогом успеха, является вывод на рынок инновационного продукта или товарной категории, это позволяет сделать бизнес более успешным. А успешность продвижения продукта, зависит от профессионального внедрения прогрессивных технологий, развития современных методик продвижения и проведения маркетинговых исследований, которые обеспечат прирост конверсии на сайте и повысят конкурентоспособность предприятия.

Список литературы

1. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации / В.Н. Ерёмин. – М.: КНОРУС, 2006. – 656 с.
2. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации: уч. пособ. / Е.Б. Кметь. – Владивосток: Дальрыбвтуз, 2004. – 200 с.
3. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации: Теория и практика в эпоху информации / Р. Бландел. – СПб.: С-Петербург, 2000. – 125 с.
4. Шерстобитова Т.И. Маркетинг инноваций: учеб. пособ. / Т.И. Шерстобитова. – Пенза: Издательство ПГУ, 2019. – 126 с.
5. Карпова С.В. Инновационный маркетинг: учеб. / С.В. Карпова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 457 с.
6. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: ВЗФЭИ, 2005. – 220 с.

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Кузнецов И.А., д-р экон. наук, проф.,

Шевяков А.Ю., канд. экон. наук, доц.,

Беляев А.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, РФ

sheffal3011@rambler.ru

Введение. Отрицание того, что интернет-маркетинг, а в частности его инструмент, такой как SMM (Social media marketing) сейчас занимает одну из самых влиятельных ниш на рынке маркетинга, со временем должно кануть в глубокую воду. Модернизация современного мира заставляет нас думать об одном: как оптимизировать нашу жизненную модель, не оказав серьёзное влияние на качество услуг и затратив наименьшее количество ресурсов. Ресурсная база истощается с каждым днём, но Интернет, славясь своей «неограниченностью», предоставляет нам ныне возможности, о которых буквально несколько десятилетий назад нельзя было и подумать. Развитие SMM-маркетинга обусловлено тем, что популяризация интернета, как второй «жизненной оболочки» достигла необычайных высот. У SMM есть огромное количество плюсов по сравнению, как с остальным инструментарием онлайн-маркетинга, так и перед традиционными приёмами, такими как наружная реклама, BTL и т.п. Разберём их поподробнее.

Основная часть. Первым, и одним из самых главных плюсов, мы считаем огромный охват за счёт сарафанного радио. В психологии человека заложена социальная активность и привычка распространять любые виды информации со своим окружением. Даже, если рассматривать теорию о том, что человек может держать рядом с собой, то есть поддерживать постоянное общение, не более 150 человек, то здесь нам приходит на помощь обычное правило множеств. Степенной рост охвата позволяет максимально быстро распространить информацию – на этом и построен так называемый «вирусный маркетинг». У сарафанного радио есть 2 метода распространения информации в социальных сетях [1]: Межпрофильное распространение, что подразумевает под собой непосредственное адресное распространение контента пользователями между собой. Это может быть ссылка, детальная информация или даже банальный личный отзыв. Второй подход помогает нам распространять контент автоматически, путём определённых механизмов «умной ленты», которая уже отлично отлажена в таких социальных сетях, как Вконтакте,

Facebook, Instagram и Twitter, где её настройка происходит путём репостов, лайков и такого же автоматического составления портрета пользователя, как в принципах контекстной рекламы.

Вторым плюсом можно назвать то, что социальные сети, за счёт своей основной цели «связывания людей» имеют самые хорошо отлаженные возможности. Третья особенность SMM в том, что объявления имеют так называемый «нерекламный» формат [1]. Всё это основывается на восприятии человека. Современный пользователь перегружен всяческими видами рекламы, которая находится практически везде, начиная от улицы, заканчивая телевидением и интернетом. Основной упор в соцсетях делается на контент, который уже изначально может быть привязан к актуальным темам для пользователя и представляет ценность для потенциального клиента. В большинстве случаев использования других инструментов маркетинга, рекламодателю очень сложно поддерживать двустороннюю связь с аудиторией, что легко решается в социальных сетях. Поскольку любой пользователь может высказать своё мнение путём лайков, репостов и комментариев, реакцию и отзывы очень просто отследить. Стоит также отметить эффективность SMM-маркетинга в различных сферах. Этот вид маркетинга успешен во всех видах бизнеса, от крупного до малого, поскольку порог входа на этот рынок крайне низок, и многие компании оценивают возможность работы на разных интерактивных площадках, как крайне перспективную и эффективную [2]. В частности, активное внимание SMM уделяют такие отрасли, как: производители товаров; сетевые операторы; киностудии и сети кинотеатров; банки и прочие финансовые структуры и т.п. Обратная сторона медали наблюдается на поле действия среднего и малого бизнеса. Больше всего SMM применяют [3]: сфера торговли; локальные и частные производители; сфера услуг; сфера туризма. Нельзя забывать и про такую сферу в бизнесе, как интернет-бизнес. Это различные интернет-магазины, скидочные агрегаторы, такие как KupKuponi, Trivago, Biglion и подобные. Основной задачей здесь является получение высококонверсионного трафика, для чего используются такие инструменты, как таргетированная реклама, микроблоги и реклама в «трафикоёмких» сообществах. Главной целью таких приёмов является привлечение внимания к таким проектам. Некоторые продукты также могут эффективно рекламироваться и продвигаться через социальные сети. К ним относятся: сфера рекламы; услуги по оказанию юридической помощи; IT-компании и HR-агентства.

Для таких секторов есть одна главная стратегия – поиск той профессиональной аудитории компании, которая станет целевой для вашего бизнеса. Для таких случаев проводятся специальные кампании, направленные на создание сообществ по определённой принадлежности, проводится работа уже с существующей профессиональной ячейкой и т.п. Стоит выделить основные задачи любой проводимой SMM-кампании. В

первую очередь это продажи. Продвижение также занимает одну из основных ступеней, но продажи, как факт завершения сделки важен не менее успешного продвижения. Донорство трафика. Здесь мы должны понимать оптимизацию наших затрат в плане ресурсов. Мы с таким же успехом можем передать роли продавцов сообществу или веб-сайту и не потерять с этого ничего. Автономная торговля. Плюс SMM в том, что мы можем полностью абстрагироваться от контакта с покупателем и доверить ему управление при покупке. Например, покупатель может узнать о товаре всё, что ему требуется, а также приобрести его, оформить доставку и прочее, без прямого контакта человека-продавца. Поэтому, чем чаще возвращается покупатель за новой покупкой – тем ценнее он для компании. В этом плане социальные сети являются самым оптимальным вариантом для повторных продаж, потому что в них постоянно поддерживается связь с покупателями, и это не обязательно должно быть выражено в спаме в личные сообщения. Чаще всего это проходит путём рекламных постов от сообществ, на которые подписан покупатель, где регулярно предлагаются новые акции и прочая информация. Чем больше вы остаётесь на связи с покупателем, тем больше шанс повторной покупки. Не обязательно относить SMM только к компаниям, он отлично справляется с продвижением отдельных личностей, которые, как правило, являются звёздами, политическими деятелями, медийными личностями, и для всей аудитории их имя является их собственным брендом.

Заключение. После анализа всех этих возможных мест проведения рекламной кампании, мы приходим к одному выводу – единственный и самый успешный способ проведения SMM-кампании это круговая реклама. Чем больше мы охватываем аудитории путём постоянного визуального контакта аудитории с нашей рекламой – тем успешнее будет влияние эффекта запоминаемости и тем выше шанс привлечь внимание к нашему товару или услуге. Постоянное нахождение пользователя в мире рекламы, на всех гаджетах, во всех приложениях играет любому маркетологу на руку.

Список литературы

1. Pozdniakova U. Marketing Mechanism of Consumer Demand for Ecological Products Identification / U. Pozdniakova, L. Ponomareva, V. Lapshin, A. Bolotin & G. Khmeleva // Asian Social Science. – 2014. – Vol. 10. – no. 23. – P. 123-135.
2. Махлюф Агяд, Шевяков А.Ю. Проблемы и перспективы развития менеджмента индустрии гостеприимства // Сборник материалов Международной конференции «Актуальные проблемы управления» (10 ноября 2017 г.). – 2017. – С. 76-81.
3. Бурмистрова А. А. и др. Совершенствование сервисного обслуживания клиентов на региональных рынках товаров и услуг / Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – Т.12, № 6.– С. 395-403.

ПОСТРОЕНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ СТРАТЕГИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПУТЕЙ ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ

Маковецкий М.Ю., канд. экон. наук, доц.,

Рядчин А.Н.

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ

raydchin@mail.ru

Введение. Актуальность исследования обусловлена тем, что кризисное состояние экономики Российской Федерации, которое стало реальностью настоящего, внешне проявляющейся в потере рабочих мест и стабильного дохода у значительной части населения, сокращении или полном сворачивании масштабов деятельности многих предприятий [3] вследствие утраты традиционных рынков сбыта и отсутствия надлежащей конкурентоспособности продукции для выхода на новые рынки вызывает рост заинтересованности в разработке клиентоориентированной стратегии обслуживания потребителей.

Повышение значимости обозначенного фактора для стабилизации социально-экономического положения предприятий, обеспечения их конкурентоспособности, доходности, платежеспособности, устойчивости и, как следствие, роста рыночной стоимости – все эти параметры зависят от эффективности управления ими как на уровне конкретного предприятия в целом, так и от степени согласованности действий всех его структурных подразделений и специалистов [4]. Практическое решение этой задачи, на наш взгляд, должно обеспечиваться прежде всего путем разработки эффективной клиентоориентированной стратегии предприятия, базирующейся на концепции CRM [2].

Целью исследования является разработка клиентоориентированной стратегии предприятия среднего бизнеса как основы его эффективной операционной деятельности и определение возможных путей ее оптимизации.

Основная часть. Задача создания конкурентоспособной экономики Российской Федерации требует разработки и реализации клиентоориентированной стратегии и применения методов управления предприятиями в соответствии с объективной реальностью и быстро изменяющимися условиями внешней среды, а также состоянием экономических и общественных отношений [5].

Необходимым становится использование новых механизмов и инструментов управления, которые отвечали бы современному уровню стохастичности [1] внешней среды и позволяли бы предприятию среднего бизнеса стабильно функционировать и развиваться, а также определить направления деятельности предприятия, позволяющие снизить угрозы и

использовать возможности, а также обеспечить высокую его конкурентоспособность. Опыт сотрудничества с внешними консультантами по разработке клиентоориентированной стратегии обслуживания потребителей имеет определенные недостатки, поэтому при разработке стратегии предлагаем придерживаться такого поэтапного механизма:

1. Аудит функционирующей клиентоориентированной стратегии.

2. Сбор и анализ вторичной информации о клиентоориентированной стратегии на предприятиях-конкурентах, научные работы по соответствующей проблематике и тому подобное. Распространена практика обращения этих субъектов хозяйствования к консалтинговым предприятиям, однако разработанные ими CRM-стратегии обычно требуют доработки и совершенствования, поскольку в полном объеме не отражают специфику процесса обслуживания.

3. Формирование шаблона структуры клиентоориентированной стратегии. Создается универсальная «ось», на которую будут «наслаиваться» детальные требования, стандарты и правила обслуживания.

4. Разработка модели идеального обслуживания на основе серии качественных исследований. В процессе исследования целевой аудитории, работы с фокус-группами необходимо сформировать образ идеального обслуживания. На этом этапе уточняется структура процесса обслуживания и создается набор типовых сценариев последнего.

5. Уточнение количественных параметров обслуживания. С целью выделения составляющих клиентоориентированной стратегии, основанной на концепции CRM, и определения приоритетов в процессе обслуживания потребителей необходимо провести опрос на заключительном этапе исследования.

6. Разработка клиентоориентированной стратегии на основе собранной информации. Стратегии должны быть четкими, иметь однозначное толкование и должны прописываться максимально понятно.

7. Тестирование клиентоориентированной стратегии – предполагает проверку соответствия стратегии ожиданиям и представлениям реальных потребителей об идеальном обслуживании. Результатами этого этапа являются уточнение и детализация клиентоориентированной стратегии.

8. Доработка клиентоориентированной стратегии с участием персонала. После окончания тестирования стратегия является еще не сформированной. Ее необходимо обязательно «утвердить», причем сделать это сообща, с привлечением производственного персонала. Это обеспечит принятие им стратегии. При этом идеи, замечания и предложения персонала по элементам клиентоориентированной стратегии могут вноситься в конечный вариант стратегии как правки.

9. Имплементация клиентоориентированной стратегии. Утверждение стратегии необходимо соответствующим образом оформить. Процедура ее внедрения включает презентацию клиентоориентированной стратегии руководителям цехов, а затем – производственному персоналу.

10. Модификация и обновление клиентоориентированной стратегии. Разработанная стратегия не становится эталоном и может корректироваться с учетом возможных изменений во внешней среде.

Для успешной имплементации в повседневную работу предприятия среднего бизнеса этой стратегии можно предложить следующие критерии эффективности обслуживания потребителей предприятия: клиентоориентированности, объективности, наглядности и простоты, связь с учебными программами, баланса между интересами предприятия и потребителей.

Заключение. Нами определен поэтапный механизм формирования клиентоориентированной стратегии обслуживания потребителей, который предусматривает осуществление кардинальных изменений структуры и функциональности подразделений предприятия. Охарактеризованная клиентоориентированная стратегия обслуживания потребителей позволяет руководству принять меры по построению эффективного и конкурентоспособного предприятия. При этом сформулированные нами критерии эффективности клиентоориентированной стратегии обслуживания потребителей предприятия характеризуют современный этап развития отечественных предприятий.

Список литературы

1. Андреев В. М. Языковые особенности клиентоориентированного поведения (на примере корпоративных текстов современных инженерно-строительных организаций) / В. М. Андреев, Л. В. Купфер // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2020. – Т. 19. – №. 2. – С. 79–89.
2. Бакай Е. Г. Роль клиентоориентированной стратегии в управлении предприятием / Е. Г. Бакай // Молодой ученый. – 2018. – № 24. – С. 116–117.
3. Зимовец А. В. Анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие предприятий в Российской Федерации / А. В. Зимовец, Ю. В. Сорокина, А. В. Ханина // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – №. 5. – С. 1337–1350.
4. Кашник О. И. Клиентоориентированность как условие профессиональной деятельности: психологический аспект / О. И. Кашник // Системное обеспечение условий достойного труда: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. – Новосибирск, 2020. – С. 139–145.
5. Набиуллин И. И. Принципы клиентоориентированности / И. И. Набиуллин, А. Л. Шауро // Автоматика, связь, информатика. – 2020. – № 6. – С. 28–29.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Молохова Я.О., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

zczvj@mail.ru

Введение. В наше время невозможно представить какое-либо предприятие без логистики. Современные условия ведения бизнеса требуют от руководства компаний нахождения оптимальных путей снижения затрат, среди которых важное место занимают затраты на логистические операции. Логистика, как сфера услуг, начала формироваться в тот момент, когда производители поняли, что нерациональные транспортные расходы крайне негативно влияют на результаты деятельности компании, понижая ее прибыльность.

Логистика – это наука управления материальными потоками от первоначального источника до конечного потребителя с минимальными издержками, связанными с товародвижением и относящимися к нему финансовыми и информационными потоками.

Логистика является одним из важных факторов экономии расходов и повышения конкурентных преимуществ.

Современная логистика – уникальная область экономики и человеческой деятельности. Применение новых логистических методов позволяет снизить издержки, повысить производительность, улучшить качество продукции и услуг, в результате – получить конкурентные преимущества на рынке. В основе успеха интегрированной логистики лежит применение информационных технологий и новых подходов к организации бизнес-процессов [2].

Работа логиста требует грамотного планирования и оптимизации деятельности предприятия.

Цель данной работы: провести анализ логистики Донецкой Народной Республики, выявить проблемы и перспективы развития.

Основная часть. В довоенный период в Донецкой области была достаточно развита транспортно-логистическая инфраструктура, что объясняется рядом причин:

- высокий промышленный потенциал;
- выгодное географическое расположение.

Военный конфликт привел к тому, что организацию логистических процессов пришлось разрабатывать практически с «нуля».

Производственные и торговые предприятия были вынуждены искать альтернативных поставщиков и устанавливать новые хозяйственные связи.

Следует отметить, что экономика в Республике обладает рядом специфических признаков, которые сказываются на особенностях развития логистики.

В настоящее время ДНР имеет внутренние трудности, а именно, остаётся в условиях непризнанности, экономической блокады со стороны Украины, закрытых границ с другими странами на фоне пандемии, ведения боевых действий и низкого платежеспособного спроса населения.

В условиях нестабильной ситуации в Донецкой Народной Республике, транспортной блокады предприятий возникли некоторые трудности логистических операций:

1. Возможность потери груза из-за военных действий;
2. Разрушены авиа- и железнодорожные перевозки;
3. Простои транспортных средств на таможенных пунктах;
4. Сложности в построение более эффективных маршрутов поставки;
5. Отсутствие в полном объеме нормативно-правовой базы.

Транспортное сообщение в Донецкой Народной Республике является важнейшей составной частью производственной и социальной инфраструктуры. Транспортные коммуникации объединяют все города и районы Республики, что является необходимым условием ее территориальной целостности и единства экономического пространства [1].

Деятельность любого предприятия зависит от своевременных и качественных поставок сырья, материалов и т.д., от которых зависит эффективная деятельность этого предприятия и без которых оно не может функционировать.

Среди проблем предприятий Донецкой Народной Республики целесообразно выделить такие:

- проблематика поставок необходимых ресурсов, производимые за пределами Республики;
- отсутствие возможности осуществления электронных платежей из-за отсутствия банковской системы;
- недостаток современных логистических центров;
- отсутствие инвестиций;
- низкий уровень механизации и автоматизации;
- неравномерная загрузка транспорта;
- устаревшие технологии производства продукции;
- ограничения в осуществлении международной торговли;
- потеря рынков сбыта продукции.

В период кризиса и нестабильности экономики Донецкой Народной Республики множество предприятий проводят сокращение собственных расходов, в числе таких затрат и затраты на продвижение собственной продукции. И здесь речь идет также и о реализации маркетинговых функций, которые тесно связаны с логистическими операциями.

Также можно выделить проблему монополизации некоторых рынков сырьевых и энергетических ресурсов. Данная проблема особа актуальна для отдельных секторов рынка, где уже сформировались монополисты и конкуренция либо ограничена, либо отсутствует вовсе.

На данный момент практически все предприятия Донецкой Народной Республики направлены на рынок Российской Федерации, но для более эффективных и совершенствованных этих отношений необходимо:

1. Разработать механизмы регулирования каких-либо правовых аспектов при осуществлении договорных соглашений с организациями Российской Федерации;

2. Внедрить в систему логистики современные информационные продукты для улучшения деятельности.

В современных реалиях функционирования логистической системы необходимо, опираясь на существующие сильные позиции предприятий Донецкой Народной Республики, осуществлять попытки восстановления и формирования новых объектов логистической инфраструктуры, которые позволят развивать инновационную активность и в целом наращивать экономический потенциал нашего региона [1].

Заключение. Таким образом, по мере дальнейшего развития Республики, расширения ее внутренних и внешних транспортно-экономических связей, роста объемов производства и повышения уровня жизни населения, значение логистической системы и его роль как системообразующего фактора будут только возрастать.

В этих условиях стоит задача дальнейшего формирования стратегических инновационных направлений развития логистики на базе всестороннего анализа современного состояния и проблем развития логистической системы в тесной взаимосвязи с общими направлениями и масштабами социально-экономического развития Республики. Требуется восстановление логистического потенциала региона, привлечение инвестиций, развитие внешнеэкономической деятельности.

Автоматизация логистической деятельности, как одного из ключевых факторов повышения конкурентоспособности и создания дополнительной ценности в цепях поставок, является обязательным условием развития экономики Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Отчет Министерства Транспорта ДНР «Инновационные перспективы развития транспортной отрасли Донецкой Народной Республики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donmintrans.ru/o-min/transportnoe-obrazovanie/nauchnaya-deyatelnost/konferentsii/31-stati/2-innovatsionnye-perspektivy-razvitiya-transportnoj-otrasli-dnr>.
2. Логистика введение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studref.com/436327/logistika/vvedenie>.

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СТРУКТУР КОММЕРЧЕСКОГО ПОСРЕДНИЧЕСТВА

Петенко И.В., д-р экон. наук, проф.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

i.petenko@donnu.ru

Введение. Организация коммерческого посредничества, взявшаяся за разработку стратегии, нуждается в перестройке системы управления таким образом, чтобы она была способна разработать стратегию и реализовать ее на практике. Создание такой системы управления, является второй, параллельной задачей такой организации, вставшей на путь стратегического балансирования со средой.

Основная часть. Стратегия организации заключается в выборе направлений своих действий в основных сегментах внешней среды и соответствующих секторах организации. Главными сегментами являются: товарные зоны хозяйствования (рынки), ресурсные зоны хозяйствования, технология, общество.

По отношению к каждому сегменту окружения устанавливаются обычно несколько вариантов стратегии по трем основным составляющим:

- 1) количество товара – рост, снижение, стабилизация;
- 2) рентабельность услуг – увеличение, сохранение;
- 3) особый режим хозяйствования – накопление конкурентного потенциала, подготовка к нестабильности.

По отношению к новой зоне хозяйствования может быть выработана специальная стратегия – подготовка потенциала, закупка пробной партии товара, завоевание доль рынка и т.д.

Стратегия вырабатывается специалистами с участием руководителей профильных подразделений. Процесс разработки стратегии – многошаговый, многовариантный анализ значительного объема информации.

Во-первых, делается оценка существующей рыночной стратегии по результатам хозяйственной деятельности.

Во-вторых, анализируется состояние всех секторов внешней среды с оценкой тенденций и устанавливаются цели организации.

В-третьих, устанавливаются возможности организации для достижения целей и выбираются рациональные средства их достижения (формируется новая стратегия).

В процессе формирования стратегии важное место занимает анализ организационного статуса и анализ управленческого потенциала. Выбранный вариант стратегии потребует для успешной реализации

соответствующего организационного статуса и соответствующего управленческого потенциала.

Практика развития управления исходит из того, что в любой момент времени можно остановиться в проведении изменений, осмотреться и проанализировать обстановку, выбрать рациональный путь изменений, и затем сделать правильные шаги (провести новые изменения в управлении). Верные и рациональные изменения могут быть сделаны только на основе соответствующей методики организационного развития.

Анализ условий функционирования организаций в условиях перехода к рыночным отношениям, а также учет внешних и внутренних условий деятельности, позволяет определить стратегию организации как совокупность правил для принятия решений в целях обеспечения ее устойчивого роста и развития. При этом эти правила подразделяются на две группы: 1. Стратегия маркетинга – правила, на основании которых организация строит свои отношения с окружающей средой. 2. Организационная политика – правила, на основании которых организация устанавливает равновесие между своими внутренними переменными, т.е. отношения внутри организации, технологию управления и систему оценочных показателей деятельности.

Такое деление согласуется с представлением организаций в качестве открытой системы, взаимодействующей со средой, которая сама является сложной социально-экономической системой. Тогда, стратегия маркетинга – это правила, на основе которых устанавливается внешнее равновесие организации с окружающей средой, а, соответственно, организационная политика - правила, устанавливающие ее внутреннее равновесие.

На базе организационного потенциала формируется организационная стратегия, касающаяся необходимого содержания управленческого труда, т.е. состава функций управления уровней, звеньев и отдельных работников (задачи); развития информационных и технических систем управления (технологии); решения структурных проблем (структуры). В организационной стратегии ставится задача управления внутренними переменными организации. Инструментальным средством организационной политики является декомпозиция целей стратегии маркетинга в рабочие цели отдельных работников и их групп (звеньев, уровней управления).

Таким образом, было последовательно изложено содержание составляющих стратегии организации, при этом было показано, как раздельно осуществляется внешнее и внутреннее равновесие.

На практике же стратегия маркетинга и организационная политика формируются сбалансировано на каждой итерации продвижения к решениям о номенклатуре товаров и функций управления. Обратная связь позволяет системе управления обрести черты самоорганизующейся, самообучающейся системы. Равновесие внешних и внутренних

переменных – это недостижимый идеал организации, но даже при приближении к нему будет ощущаться успех экономической деятельности.

Вся деятельность в сфере маркетинга должна осуществляться в рамках какой-то единой концепции. Общая тенденция развития – перенос акцента с производства и товара на коммерческие усилия, на потребителя и все большая ориентация на проблемы потребителя и социальной этичности.

Реализация намеченной стратегии следует обратить внимание на то, что одного теоретического обоснования стратегии недостаточно для успешного претворения на практике, поскольку необходимо управлять этим процессом.

В ходе реализации стратегии развития, как показывает зарубежный опыт, может возникнуть немало проблем, подлежащих оценке позиций характера изменений и их воздействия на функционирование предприятия. Нельзя разработать рекомендации универсальные для всех случаев. Однако основу таких рекомендаций могут составить принципы, соблюдение которых должно стать правилом.

В первую очередь, речь идет о принципе взаимосвязи (преемственности) этапов формирования стратегии с этапом реализации. Тем самым, успех реализации стратегии зависит не только от завершающей стадии, а от того какой методический подход применялся на предыдущих этапах и, в какой мере осведомленность о новых возможностях могла на нем базироваться.

Второй принцип основывается на интеграции разработанной стратегии с соответствующими структурными звеньями и направлениями деятельности, в рамках которых ее предлагается реализовать.

Третий принцип сводится к необходимости иметь активную поддержку стратегии руководством организации, поскольку стратегия представляется в первую очередь через структурные изменения и нововведения, которые обречены на неудачу без поддержки руководства.

И четвертый принцип – наличие точной и своевременной информации, адекватной проблемам, решаемых при достижении стратегических приоритетов.

Заключение. Реализация указанных принципов возможна на основе создания механизмов настройки управления на эффективный режим функционирования, соответствующий выбранной стратегии развития.

Список литературы

1. Основы коммерческой деятельности (экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент) / Под ред. В.М. Власовой. – М.: Финансы и статистика, 2002.
2. Ламбен, Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с фр. – СПб.: Наука, 2002.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Петенко И.В.¹, д-р экон. наук, проф.,

Петенко А.В.², канд. экон. наук, доц.

¹ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

²ГОУ ВПО «Донецкая государственная академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР

i.petenko@mail.ru, n.petenko@mail.ru

Введение. Культура организации формируется по мере того, как она сталкивается с внешними и внутренними проблемами и учится с ними справляться. Когда способ ведения бизнеса организации обеспечивает успешную адаптацию к экологическим вызовам и обеспечивает успех, эти ценности сохраняются.

Культура компании, особенно в первые годы ее существования, неизбежно связана с личностью, происхождением и ценностями ее основателя или основателей, а также с их видением будущего организации. Когда предприниматели создают свой собственный бизнес, то от того, как они хотят вести бизнес, зависят правила организации, структура, созданная в компании, и люди, которых они нанимают для работы с ними [1]. Поэтому исследование данной проблемы актуально.

Основная часть. Формальным попыткам изменить культуру (заменить ее чем-то совершенно новым и иным) редко удается проникнуть в суть того, что движет людьми, что заставляет их тикать. Сильно сформулированные записки с высоты удаляются в течение нескольких часов. Вы можете оштукатурить стены большими плакатами, провозглашающими новые ценности, но люди будут жить своей жизнью, прямо под этими знаками, продолжая привычки, которые знакомы и удобны.

Три аспекта корпоративной культуры влияют на ее выравнивание: символические напоминания (артефакты, которые полностью видны), ключевые модели поведения (повторяющиеся действия, которые запускают другие модели поведения и которые являются одновременно видимыми и невидимыми) и установки ума (отношения и убеждения, которые широко распространены, но исключительно невидимы). Из них поведение является наиболее мощным детерминантом реальных изменений. То, что люди на самом деле делают, имеет большее значение, чем то, что они говорят или во что верят. И поэтому, чтобы получить больше положительных влияний от вашей культурной ситуации, вы должны начать работать над изменением наиболее критических моделей поведения – менталитет будет следовать. Со временем измененные модели поведения и привычки могут дать лучшие результаты.

Хотя основатели, несомненно, оказывают мощное влияние на корпоративную культуру, отраслевые характеристики также играют определенную роль. Компании в рамках одной и той же отрасли иногда могут иметь очень разные культуры. В то же время отраслевые характеристики и требования выступают в качестве силы для создания сходства между организационными культурами [2]. Например, несмотря на некоторые различия, многие компании в страховой и банковской отраслях являются стабильными и ориентированными на правила, многие компании в высокотехнологичной отрасли имеют инновационную культуру, а те, кто работает в некоммерческой отрасли, могут быть ориентированы на людей.

Если отрасль является одной с большим количеством нормативных требований, например, банковская, медицинская и высоконадежная (например, атомная электростанция) отрасли, то мы можем ожидать наличия большого количества правил и положений, бюрократической структуры компании и стабильной культуры. Влияние отрасли на культуру также важно знать, потому что это показывает, что, возможно, невозможно имитировать культуру компании в другой отрасли, даже если это может показаться восхитительным для посторонних [3].

По мере взросления компании ее культурные ценности совершенствуются и укрепляются. Ранние ценности культуры компании оказывают влияние на ее будущие ценности. Организационную культуру можно рассматривать как организм, защищающий себя от внешних сил. Организационная культура определяет, какие типы людей нанимаются фирмой и какие типы людей остаются в стороне. Более того, как только нанимаются новые сотрудники, компания ассимилирует новых сотрудников и учит их тому, как все делается в организации [4].

Корпоративная культура определяется типом систем вознаграждения, используемых в организации, а также типами поведения и результатов, которые она выбирает для поощрения и наказания. Одним из важных элементов системы вознаграждения является то, поощряет ли организация поведение или результаты. Некоторые компании имеют системы вознаграждения, которые подчеркивают нематериальные элементы производительности, а также более легко наблюдаемые показатели. В этих компаниях руководители и коллеги могут оценивать работу сотрудника, оценивая его поведение, а также результаты. В таких компаниях мы можем ожидать культуры, которая относительно ориентирована на людей или команду, и сотрудники действуют как часть семьи.

Однако в компаниях, где достижение цели является единственным критерием вознаграждения, основное внимание уделяется измерению только результатов без особого внимания процессу [5]. В этих компаниях мы можем наблюдать культуру, ориентированную на результат и конкурентную культуру. Будет ли организация вознаграждать за работу

или за выслугу лет, также будет иметь значение в культуре. Когда продвижение по службе основано на старшинстве, трудно создать культуру ориентации на результат. Наконец, типы поведения, которые вознаграждаются или игнорируются, задают тон культуре. Какое поведение вознаграждается, какое наказывается, а какое игнорируется, будет определять, как развивается культура компании. Система вознаграждений – это один из инструментов, которым могут пользоваться менеджеры, беря на себя контрольную функцию.

Заключение. Созданная из инстинктивных, повторяющихся привычек и эмоциональных реакций, культура не может быть скопирована или легко закреплена. Корпоративные культуры постоянно самообновляются и медленно эволюционируют: то, что люди чувствуют, думают и верят, отражается и формируется тем, как они ведут свой бизнес.

В противном случае говоря, корпоративная культура представляет собой внутренним фильтром - «притягивая» которые подходят работников с соответствующими интересам и требованиям организации качествами, представлениями, образцами поведения и «выталкивая» всевозможных неудобных, не вписавшихся в традиции, нормы и стандарты этого предприятия. Корпоративная культура является «социальным клеем» для мыслящих в идентичном направлении и объединённых одинаковыми представлениями, образцами и нормами поведения, специфической атрибутикой, что помогает отличить эту профессиональную общность от всевозможных остальных.

Именно поэтому, чем сильнее и крепче данный «социальный клей», тем сложнее сотруднику дается решение об уходе из компании, тем более он становится лоялен к компании, сохранению (обереганию) её хозяйственных тайн, потому что компания воспринимается сотрудником не просто как место работы, а как часть его самого.

Список литературы

1. Грошев И.В. Организационная культура / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – М.: Юнити, 2017. – 160 с.
2. Земедлина Е.А. Организационная культура / Е.А. Земедлина. – М.: Риор, 2018. – 480 с.
4. Козлов В.В. Организационная культура (для бакалавров) / В.В. Козлов, Ю.Г. Одегов, В.Н. Сидорова. – М.: КноРус, 2016. – 237 с.
5. Резник С.Д. Организационная культура рос. студенчества в.: монография / С.Д. Резник, М.В. Черниковская. – М.: Инфра-М, 2017. – 320 с.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Саенко В.Г.¹, д-р экон. наук, доц.,
Ракульцев К.Б.², Лелека Н.Е.²*

¹ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

²ГОУ ВПО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище»,
г. Донецк, ДНР
shavykin1976@yandex.ru

Введение. Изменение условий хозяйствования в республике обусловливает необходимость внести изменения в разработанные концепции взаимосвязанности внешней экономической среды и объекта хозяйствования. Решение этой проблемы позволит обеспечить гибкость и динамичность поведения предприятия во взаимодействии со средой, проявляющееся в изменении цели, направлений и приоритетов деятельности, восстановлении и совершенствовании технологии, в развитии и стимулировании творческой активности людей.

Основная часть. Анализ условий функционирования предприятий при переходе к рыночным отношениям, а также учета внешних и внутренних факторов их деятельности позволил предложить конструктивное определение стратегии организационного развития, которое отвечает целям и задачам экономической среды [1]. С этой точки зрения стратегия предприятия рассматривается как совокупность правил для принятия решений с целью обеспечения устойчивого роста и развития предприятия. При этом правила делятся на две группы.

Первую составляют правила, на основе которых предприятия строят свои отношения с внешней средой (стратегия бизнеса), а вторую - правила, на основе которых предприятие устанавливает отношения между отдельными его элементами (организационная политика).

Одной из составляющих в стратегии развития является стратегия бизнеса, как совокупность правил, на основе которых предприятие строит свои отношения с окружающей средой. Цель стратегии бизнеса состоит в том, чтобы достичь долгосрочных конкурентных преимуществ, которые обеспечат выживание, устойчивое функционирование и развитие предприятия в перспективе, то есть влиять на объем рынка и рост его размеров, объем спроса и уровень удовлетворения спроса на конкуренцию, уровень цен, рыночную долю по сегментам, прибыльность, эффективность сбыта. Анализ отечественного и зарубежного опыта организации, управления внешними изменениями показал, что наиболее эффективным

инструментом является маркетинговая конкуренция, которая за основу ставит потребности потребителей.

Это означает, что необходимо выпускать товары и предоставлять такие услуги, которые нужны потребителям и которые являются конкурентоспособными. В таких условиях предприятие может получить высокие прибыли, поскольку оно создает и поддерживает потребительский рынок. Маркетинговая концепция рассматривается как совокупность научного представления об организации и управления производством в условиях рыночной действительности.

Показано, что концепция маркетинга должна иметь целевой комплексный характер и строиться с учетом следующих принципов: ведущее звено – потребитель, известная звено – производитель; производить нужно то, что пользуется спросом, а не пытаться продавать то, что производится; подать на рынок не просто изделие, а конкурентоспособный товар.

Маркетинговая концепция определяет маркетинговую деятельность как комплексный и интегрированный процесс по реализации таких средств:

- анализ, планирование и прогнозирование спроса;
- формирование и развитие товарной политики;
- обеспечение ценовой политики;
- организация и планирование производственной и коммерческой логистики и сбыта товаров.

Установлено, что предприятиям целесообразно использовать два направления коммерческих стратегий: стимулирование сбыта и распространения товара. Стратегии стимулирования сбыта - это комплекс стратегий, направленных на применение маркетинговых коммуникаций для повышения эффективности сбыта. В рамках стратегии стимулирования сбыта интересно управление отношениями с клиентами (CRM – Custom Relation Management) (рис. 1).

Эта стратегия разрабатывается для роста объемов продаж и повышения прибыльности из-за повышения уровня удовлетворенности клиентов. Стратегия предусматривает персональный подход к каждому клиенту, определения и удовлетворения его потребностей. Реализация CRM-стратегии предполагает идентификацию клиентов, их дифференциацию, взаимодействие с ними и их персонализацию.

Иначе говоря, в результате применения такой стратегии происходит подход к каждому клиенту как к уникальной личности. Эффективность CRM-стратегий определяется повышением результативности управления коммерческой деятельностью. Ключевыми элементами CRM является маркетинг, продажи и сервис [3]. Их сочетание делает возможным применение этой технологии. Маркетинг создает возможность с помощью коммуникаций обратиться к потенциальному потребителю.

Наиболее реальным в существующих условиях является использование отдельных комплексов и элементов маркетинговой деятельности.

Вместе с тем, в работе предприятий вполне плодотворно могут использоваться методы и инструменты маркетинга. Одним из таких инструментов является методология стратегического планирования маркетинга. Стратегия маркетинга заключается в установлении условий и направлений использования основных средств маркетинга, для удовлетворения целевых рынков и достижения цели предприятия.

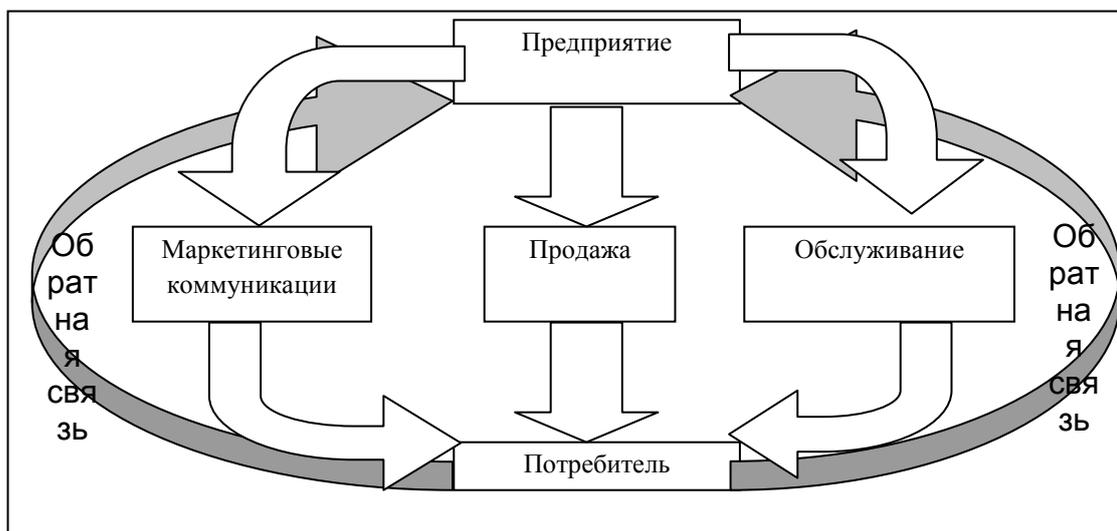


Рис. 1. Механизм действия CRM-технологий [2]

Заключение. Таким образом, стратегия маркетинга предприятия детализирует стратегию развития компании с точки зрения задач маркетинга. Так как стратегия маркетинга связана с выбором средств маркетинга, целесообразно показать ее основные составляющие в отношении рынков и продуктов на этих рынках и конкретные стратегии в решении конкурентных маркетинговых средств и товара, цены сбыта, товародвижения.

Список литературы

1. Чернявский А. Трансформация организационных форм управления в процессе развития рыночных отношений / А. Чернявский // Персонал. – 2016. – № 2. – С. 44-51.
2. Preimushchestva CRM sistemy [Advantages of CRM system]. Available at: http://www.kpms.ru/Automatization/CRM_system.htm (accessed 13.09.2020).
3. CRM. Эффективность внедрения CRM систем [Электронный ресурс] // Бизнес-портал компании AB Solut. URL: <http://ab-solut.net/ru/articles/effectiv/> (дата обращения: 04.09.2020).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА МАРКЕТИНГ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Святелик Н.П.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
n.sviatelyk@donnu.ru

Введение. В то время как у многих людей возникло ощущение, что мы, возможно, находимся на грани возвращения к «нормальному» состоянию, как снова постепенно стали вводиться в действие новые ограничения, вызванные второй волной пандемии, предприятия, организации, учреждения начинают заново примерять формат удаленной занятости. В течение месяцев изоляции и самоизоляции создается новое будущее, которое коренным образом отличающееся от нашего прошлого и настоящего.

Цель исследования: выделить изменения в маркетинге и поведении потребителей, к которым привел новый формат жизнедеятельности общества, вызванный пандемией.

Основные результаты. Главное предназначение маркетинга и маркетологов – налаживание долгосрочных отношений с клиентами, что в условиях выхода из «затишья» набирает новые «особенности». Учитывая беспрецедентный характер пандемии и глубокие изменения, которые она вызывает, маркетологам необходимо приспособиться к тому, что потребитель в «новом будущем» будет думать, чувствовать, говорить и делать [1].

Данные исследований маркетинговых агентств и компаний (United Media Solution, HubSpot, Dentsu Aegis Network) [2; 3], выделяют несколько потенциально важных изменений в поведении потребителей, маркетинге и маркетинговой деятельности. Часть изменений являются просто катализатором существующих тенденций, некоторые только зарождаются.

Выделим изменения, которые повлек за собой новый формат жизнедеятельности.

1. Рост популярности интернет покупок – сохранится в значительной степени просто потому, что электронная коммерция зачастую более эффективна, менее дорога и безопаснее для клиентов, чем покупка в обычных магазинах. Потребители во всем мире намерены увеличить свою долю покупок в Интернете по большинству категорий.

Для маркетологов это означает переосмысление того, как общаться с потребителями. Очевидно, что усиление внимания к электронной коммерции и цифровым каналам имеет решающее значение, в том числе с учетом роли каналов электронной коммерции, ориентированных непосредственно на потребителя. Маркетологам необходимо решить, как управлять новой волной данных и как использовать их, чтобы лучше персонализировать предложения и сообщения для все более узких сегментов клиентов.

Еще одно, потенциально более серьезное, значение для маркетинга будет заключаться в необходимости изменения модели покупательского пути для потребителей, которые, находясь дома, чувствуют себя комфортно: могут делать покупки в разное время во время перерывов в своем графике удаленной работы, могут делать покупки для всей семьи в нескольких товарных категориях.

3. Активность в социальных сетях. С тех пор, как все начали практиковать социальное дистанцирование, в социальных сетях наблюдается огромный рост трафика. В частности, в Instagram появились новые тенденции, такие как кофе Dalgona, домашние вечеринки, видео о фитнесе и многое другое. Несколько лет назад Facebook, Instagram и другие платформы социальных сетей начали позволять потребителям совершать покупки в приложении. Покупки в приложении позволяют пользователям социальных сетей покупать интересующие их товары, даже не покидая своих лент. Эта тенденция маркетинговых технологий является источником жизненной силы влиятельных людей, которые монетизируют свой личный стиль и продвигают другие бренды.

4. Электронные услуги: новые «сервисные платформы», которые помогают потребителям заботиться о бизнесе. В последние годы мы наблюдали разную степень внедрения электронных услуг. Банковское дело имеет относительно более высокий уровень проникновения, наряду со СМИ и развлечениями. Во время COVID-19 люди не только все больше покупают в Интернете; они ожидают выполнения других задач и доступа к услугам. Для маркетологов это растущее доверие потребителей к использованию электронных услуг, предполагает потенциальный рост спроса и возможность налаживания новых связей.

5. Присутствие в сети увеличивается: учитывая сложившиеся обстоятельства, которые переводят большую часть жизненного пространства в онлайн режим, маркетологи должны быть более активными и предприимчивыми, а именно принять существование Интернета и общаться со своими клиентами так, как будто вы всегда доступны для них.

6. Расходы на наружную рекламу сокращаются. Рекламные щиты, вывески и почти все виды наружной или нецифровой рекламы резко упали, а объем онлайн-маркетинга увеличился. Цифровой маркетинг и цифровая реклама в целом имеют такое преимущество перед традиционной, физической рекламой, которая требует места, материалов и ограниченных ресурсов.

С помощью цифровой рекламы часто используется живое видео и другой соответствующий видеоконтент, а при необходимости можно заручиться помощью искусственного интеллекта. Кроме этого есть возможность размещать рекламу в режиме реального времени с помощью видеомаркетинга, и намного проще создать путь клиента с точками соприкосновения, если это делается в цифровом формате. Некоторые

маркетологи убеждены, что SEO играет значительную роль в спасении тонущих маркетинговых кампаний в эти неблагоприятные времена. Согласно Hubspot, около 64 % маркетологов должны ответственно вкладывать время в поисковую оптимизацию (SEO) [2].

Маркетологам придется делать то, что они умеют лучше всего адаптировать к новизне. Оставаясь в курсе новых тенденций, анализируя рыночные идеи и понимая растущие потребности клиентов и изменения в поведении, они могут разработать успешную маркетинговую кампанию для продвижения вперед в будущем. Возросшая активность в Интернете и реклама могут помочь в достижении целевых клиентов в это непростое время. Поскольку аудитория будет сильно привязана к сети, это лучшее время для того, чтобы добиться доминирующего преобладания в Интернете с помощью различных методов. Обновление веб-сайта и постоянное наблюдение за посетителями – одно из них [4].

Производители и маркетинговые агентства должны внимательно следить за изменениями в поведении клиентов и создавать уникальные возможности для бизнеса, чтобы оставаться впереди в жестокой конкуренции.

Наблюдая за тенденциями изменений политической, экономической и социальной составляющих сферы жизни, можно говорить о том, что все эти факторы влияют не только на бизнес, но и на личную жизнь людей. В связи с этим меняется покупательское поведение, а значит, должны меняться подходы, инструменты маркетолога и именно на это необходимо сделать основной акцент.

Список литературы

1. Интервью Филипа Котлера: «Почему люди ценят впечатления, а не вещи?» [Электронный ресурс] // Diastyle Life – интернет-журнал. – Режим доступа: <http://diastyle.ru/marketing-reklama/philip-kotler-2020> (дата обращения 12.10.2020).
2. A Look Back at How COVID-19 Impacted Businesses in Q2 [Электронный ресурс] // HubSpot-blog. – Режим доступа: https://blog.hubspot.com/marketing/covid-19-benchmark-data-retro1?hubs_signup-url=blog.hubspot.com%2Fmarketing%2Fwaking-up-in-a-digitally-transformed-world&hubs_signup-cta=null (дата обращения 11.10.2020).
3. Dentsu: из-за пандемии коронавируса 95% компаний пришлось поменять маркетинговые планы [Электронный ресурс] // HubSpot-blog. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/dentsu-iz-za-pandemii-koronavirusa-95-kompanij-prishlos-pomenyat-marketingovye-plany-43784.html> (дата обращения 19.10.2020).
4. Top three marketing trends for the COVID-19 era [Электронный ресурс] // Search Engine Watch – Режим доступа: <https://www.searchenginewatch.com/2020/05/26/top-three-marketing-trends-for-the-covid-19-era/> (дата обращения 12.10.2020).

ВЛИЯНИЕ РИСКОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чижова Н.Е., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

n.chizhova@donnu.ru

Введение. Сегодня коммерческие отношения в сфере предпринимательства формируются в условиях жесткой конкуренции, неопределенности и нестабильности факторов рыночной среды. Для того чтобы достичь успеха в предпринимательской деятельности, уже недостаточно использовать только маркетинговые инструменты и подходы, необходимо использовать современные высокоэффективные способы и методы управления потоковыми процессами. Самым прогрессивным и эффективным научно-прикладным направлением предпринимательской деятельности является логистика.

Заинтересованность, которая увеличивается со стороны предпринимателей к логистике, обусловлена потенциальными возможностями повышения эффективности функционирования материалопроводящих систем. Практика показывает, что предприятия, которые используют логистику, достигли определенных преимуществ перед конкурентами и значительно увеличили прибыль за счет снижения затрат, связанных с сокращением производственных затрат в отрасли ресурсного потенциала [2].

Цель статьи заключается в исследовании значения логистики в организации деятельности предприятий, идентификации возможных рисков в логистических системах предприятий, обосновании необходимости организации системы управления логистическими рисками.

Основная часть. Следует отметить, что логистическая система (ЛС) предприятий находится под влиянием рисков, которые сопровождают функционирование любого рыночного субъекта предпринимательской деятельности. Под логистическим риском (ЛР) понимают опасность возникновения задержки в работе цепи поставки, срыв поставки или нарушение в работе одной или нескольких звеньев цепи.

К самым распространенным рискам принадлежат ЛР, связанные с выполнением соответствующих логистических функций в процессе производства, хранения, маркировки и упаковки, консолидации, транспортировки разными видами транспорта, документирования, расчета, распределения и др.

В логистике до сих пор деятельность по выявлению, идентификации и оценке рисков не приобрела достаточного развития. Решения о конкретных действиях для защиты и уменьшения риска могут быть

детализированы только в случае глубокого изучения и анализа ситуаций риска, которые могут происходить в конкретном звене цепи.

Учитывая наличие рисков в любой деятельности предприятия, сегодня актуальным становится появление нового направления деятельности, а именно риск-менеджмента, целью которого является разработка решения по уменьшению величины риска, предупреждение или полное его устранение.

На современном этапе функционирования предприятий особое значение приобретает система риск-менеджмента, формирование которой в отечественной практике имеет свои особенности.

Первым отличительным признаком риск-менеджмента в хозяйственной деятельности отечественных предприятий является низкая эффективность управления рисками, то есть отсутствие системности и комплексности в развитии риска-менеджмента, его второстепенности в структуре корпоративных ценностей и эпизодичности использования.

Второй особенностью управления предприятия является частое замещение риска страхованием. Такая политика руководства выглядит как злоупотребление со стороны страховщика и, следовательно, увеличением соответствующего бюджета предприятия.

Крупным предприятиям до недавнего времени было удобнее организовывать собственные страховые компании. Как правило, эти страховщики берут на себя не только защиту имущественных интересов.

Третий отличительный признак, требующий усердного внимания, заключается в том, что ЛС в практической деятельности является не динамичной организацией с единым центром управления, а совокупностью заинтересованных сторон в виде многих звеньев логистической цепи с установленными полномочиями и ответственностью в сфере компетенции.

Четвертая важная особенность, которую необходимо отметить, заключается в том, что во время функционирования ЛС участники всех звеньев логистической цепи заинтересованы в получении прибыли. Вопросы управления рисками, как правило, выводятся из поля особого внимания деятельности логистов и менеджеров до момента наступления рискованного события.

Для построения эффективной системы управления рисками в деятельности предприятий необходимо четко определить сам предмет управления, а именно риск. Необходимо отметить, что основными причинами возникновения риска являются факторы внешней и внутренней логистической среды, такие как неопределенность и противодействие.

У любого менеджера или руководителя есть определенный багаж опыта и знаний, определенная сфера компетенции и свой взгляд на риск, но этот взгляд не всегда является объективным. Достаточно часто топ-менеджеры и предприниматели недооценивают важность управления логистическими цепями поставок и оценки рисков в логистике, не выделяя

особых проблем. Такая тенденция подчеркивает размытость установленных на предприятиях целей, отсутствие должностных умений и задач, дисперсию профессиональной компетенции сотрудников.

Таким образом, руководителю предприятия очень важно понять, какие последствия могут принести ему риски и принять соответствующее решение. Учитывая выше сказанное можно предложить следующий порядок принятия управленческих решений по выбору методов управления ЛС на предприятиях.

Следовательно, уровень риска в ЛС предприятия можно предложить определять в таком порядке:

1) значение уровня ЛР по размеру потери ожидаемого операционной прибыли по шкале: минимальный (10 %), низкий (10–40 %), средний (60–40 %), высокий (60–90 %), критический (более 90 %);

2) оценка вероятности расходов операционной прибыли по шкале: «потери почти невозможны» – 0,1; «потери мало вероятные» – 0,2; «потери вероятные» – 0,3–0,5; «высокая вероятность» – 0,5–0,7; «потери почти неизбежны» – 0,7–0,9;

3) выбор типа методов управления ЛР: уклонение от риска, локализация риска, диссипация риска, компенсация риска, принятие риска;

4) принятие решения по внедрению метода управления ЛР;

5) реализации управленческого решения и мониторинг его эффективности.

Заключение. Следовательно, решение о конкретных действиях для защиты и уменьшения (увеличения) риска в деятельности торговых предприятий должны быть детализированы во время глубокого изучения и анализа ситуации риска, которые возможны в будущем времени. К перспективным направлениям исследования по данному вопросу можно отнести исследования моделирования системы управления рисками в ЛС предприятий.

Список литературы

1. Механизмы управления рисками в логистике [Электронный ресурс]// Бизнес-образование онлайн. – Режим доступа: <http://www.bizeducation.ru/library/log/basic/3/risk.htm>.
2. Логистика в малом бизнесе [Электронный ресурс] // Дистанционный консалтинг. – Режим доступа: <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section1.html>.
3. Боровкова В. А. Управление рисками в торговле: учебник / В. А. Боровкова. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 288 с.
4. Семенко А.И. Логистика. Основы теории: учебник/ А.И. Семенко, В.И. Сергеев. – Санкт-Петербург: Союз, 2016. – 544 с.
5. Токаренко Г.С. Методы управления рисками в компании. Финансовый менеджмент: учебник / Г.С. Токаренко. – М., 2016. – № 4. – 183с.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КРЫМУ

Чимирис С.В., канд. экон. наук

ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»,

г. Симферополь, РФ

chimirissv@kukiit.ru

Введение. Распространение пандемии коронавируса COVID-19 значительным образом отразилось на туристской отрасли всего мирового пространства. При этом туризм отнесен к числу наиболее пострадавших отраслей экономики России. В то же время, после завершения летнего туристического сезона, можно отметить значительные изменения спроса на внутренний туризм, в т. ч. на количество туристских поездок на Крымский полуостров, т. е. частичного замещения выездного туризма внутренним [4].

Внутренний туризм оказался более доступным в плане выездных ограничений. После снятия ограничений на внутренние перемещения в июне-июле 2020 года из-за распространения новой коронавирусной инфекции, на Крымский полуостров ринулся значительный поток туристов из всех регионов Российской Федерации.

Основная часть. Сегодня Крым становится потенциальным объектом туристского интереса для граждан материковой части Российской Федерации, Донецкой и Луганской Народных Республик и одной из ведущих туристских дестинаций юга России. При этом, нерешенными остаются множество проблем, которые создают определенные трудности в становлении региона на один уровень с развитыми туристскими дестинациями Краснодарского края и других регионов России. К определяющим факторам развития туризма в Крыму следует отнести: недостаточное развитие туристской инфраструктуры, неравномерные сезонные туристские потоки, невысокий уровень информационного обеспечения, а также отсутствие рекламы, инновационных подходов в организации и четкой стратегии продвижения различных видов туризма, а также устойчиво сформированный имидж Крыма, как региона пляжной и оздоровительной рекреации.

В связи с этим ближайшими задачами является:

- 1) развитие туристско-ресурсного потенциала туризма в Крыму;
- 2) поддержка новых и инновационных видов туризма;
- 3) интенсифицировать решение основных проблем развития туристской инфраструктуры;
- 4) осуществлять постоянное улучшение качества сервисного обслуживания;
- 5) расширить возможности информационного развития с учетом современных социально-экономических и политических процессов.

Как свидетельствуют данные представленные Всемирным советом по туризму и путешествиям (ВТТС) индустрия путешествий и туризма превратилась в глобальный экономический стержень, чьё совокупное влияние, как прямое так и косвенное на мировую экономику, в 2018 году составило 8,8 трлн долларов США, а его доля составляет 10,4 % мировой экономики [1].

Значительный вклад, этого сектора экономики и предпринимательства, приходится на занятость, который в 2018 году составил 319 млн. рабочих мест, т.е. одно 1 из 10 рабочих мест в мире приходится на туристскую сферу. Прогнозы Всемирного совета по туризму и путешествиям также свидетельствуют, что уже к 2024 году доля туризма в мировом ВВП составит 10,8 % от его общего объёма. По представленным расчетам туризм в совокупном мировом ВВП составит 13 трлн. долл. США и предоставит 371 млн. рабочих мест в мировом масштабе.

В то же время, вклад туристской сферы России не является таким существенным. Доля туризма в ВВП России в 2018 году составила 4,2 % или 78,6 млрд долл. США или (4 926 млрд руб.). Совместный прогноз представленный специалистами ВТТС и Oxford Economics, свидетельствует о том, что к 2024 году доля туризма в ВВП России составит 5,1 %. Прогнозируется рост этих показателей, в номинальных значениях до 118,95 млрд долл. США или на 51 %, а в реальных значениях до 90,62 млрд долл. США или на 16 %. При этом занятость в туристической сфере в 2024 году прогнозируется на уровне 3,6 млн рабочих мест или 5,1 %.

По итогам 2019 года туристические компании в России зафиксировали тенденцию роста популярности внутренних направлений для отдыха. Количество россиян, размещённых в средствах размещения России, с 2014 года выросло на 60 % до 62,2 млн человек.

Рассмотренная выше положительная динамика, вклад туризма в развитие экономики и формирование ВВП соответствующим образом отражаются и на туристской сфере Крыма.

У положительной динамики увеличения популярности туризма в Крым есть несколько причин, среди них [3]:

- рост возможностей по размещению в гостиницах и аналогичных средствах размещения туризмов;
- реанимация и восстановление санаторно-курортной системы отдыха на фоне оживления внутреннего туризма;
- реконструкция старых оздоровительных объектов;
- перераспределение части потока выездного туризма на внутренние направления;
- массовый выход средств размещения из «тени» – особенно значительное влияние эта тенденция имела в 2015 году, когда количество зарегистрированных средств размещения выросло за год на 29 %;
- активное развитие средств размещения эконом-класса, в частности малых средств размещения;

- перераспределение спроса на более низкие ценовые сегменты, что привело к снижению в рассматриваемом периоде средней стоимости одной ночи размещения более чем на 20 %.

Среди препятствий для развития туристической отрасли отмечают недостаточно хорошее состояние туристической инфраструктуры в Крыму. В первую очередь туристические операторы озабочены состоянием дорог и дефицитом маршрутов межрегионального авиасообщения. Также обращается внимание на низкую дисциплину соблюдения правил безопасности, устаревшие устройства и средства защиты [4].

Одним из главных препятствий для развития отрасли называют плохое качество связи и интернет-соединения за пределами крупных городов Крыма. Этот факт сдерживает развитие туризма в уникальных, но труднодоступных местах.

Несмотря на ряд препятствий, туристические компании зафиксировали тенденцию роста популярности Крымского направления для отдыха и предоставление новых сервисов и услуг.

Выводы. Рассмотренные факторы развития туризма в Крыму имеют важную положительную тенденцию, позволяющую осуществлять интенсификацию развития туристской отрасли. При этом, оценка состояния отрасли, ключевые участники туристического рынка Крыма, характеристика туристических компаний, потенциал развития туристической отрасли в России и Крыму, а также качества туристической инфраструктуры в Крыму, являются главными направлениями дальнейших исследований.

Список литературы

1. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса [Электронный ресурс]. – <https://roscongress.org/materials/turindustriya-cherez-prizmu-drayverov-i-barerov-biznesa/>.
2. Буркальцева Д.Д. Особенности устойчивого развития туристского сектора на примере Республики Крым / Д.Д. Буркальцева, С.А. Левцова, А.А. Тренихина // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и Управление. – 2015. – Т.1(67), № 4. – С. 40-50.
3. Гук О.А. Развитие туристической индустрии Республики Крым / О.А. Гук, Д.Д. Буркальцева // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13, № 2 (84). – С. 119-129.
4. Чимири С.В. Влияние кризиса пандемии коронавируса COVID-19 на туристическую отрасль России и перспективы ее развития / С.В. Чимири // Евразийский юридический журнал. – 2020. – № 6 (145). – С. 146-148.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МОЛОКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Шибаршина О.Ю., канд. социол. наук, доц.
Филиал ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
oshibarshina@mail.ru

Введение. Молоко, возможно, одно из самых старых и известных на Земле продуктов питания. В последние годы рынок молочной продукции в России имел положительную динамику развития, что обусловлено растущим спросом на молочную продукцию. В условиях сложившейся политической и экономической ситуации в мире Президентом России В.В. Путиным поставлена задача импортозамещения в стратегически значимых отраслях, включая производство продовольственной продукции. В первую очередь эта задача должна решаться в молочной промышленности, продукция которой востребована всеми слоями населения [1].

Основная часть. Россияне потребляют молоко в среднем 19 раз за месяц. В Москве и Уральском ФО молоко пьют чаще, чем в среднем по стране, а в Южном ФО – реже. За последние четыре года потребители молока стали придавать большое значение качеству продукта и бренду. В тоже время падает значимость цены.

Что касается факторов выбора молока, то потребители стали обращать большее внимание на привлекательность упаковки, короткий срок хранения и страну производства молока [3].

Тема импортозамещения и обеспечения национальной безопасности сегодня особенно актуальна. Ограничения по поставке продовольствия из стран Европейского союза и США, введённые Правительством Российской Федерации в начале августа 2014 г., существенно активизировали производство отечественных продуктов питания [5].

Для полного импортозамещения молока и молочной продукции, в связи с запущенностью ситуации понадобится 7–10 лет при серьёзных вложениях и дотациях [2]. Существенное влияние на предложение молока в РФ по-прежнему оказывает рост себестоимости его производства. По сравнению с августом 2019 года она увеличилась примерно на 10 %. Основными драйверами роста в течение последних лет являются заработная плата, корма, девальвация национальной валюты. Операционные затраты увеличивались, в первую очередь, из-за продолжающегося роста стоимости электроэнергии и комбикормов, удорожания концентрированных кормов (жмыха) и минеральных удобрений. Также на росте себестоимости сказались засуха и низкий урожай в 2020 году. При этом ослабление рубля в

начале осени продолжает способствовать дальнейшему повышению себестоимости, которое продолжится и в осенне-зимний период. Дополнительным фактором повышения затрат является сохранение инфляционных процессов в экономике.

Средние потребительские цены на молоко и молочную продукцию за январь-август 2020 года выросли на 5,5 %. Цены на молочную продукцию пока остаются стабильными, несмотря на рост издержек. При этом ценовые тренды на разные виды продукции имели разнонаправленный характер. Значительнее всего выросли цены на мягкие и полутвердые сыры – на 27 % и 15 % соответственно. Стерилизованное молоко подорожало на 14 %, мороженое – на 12 %, творог средней жирности – на 11 %. В то же время, цены на сухое молоко и смеси для детского питания снизились на 22 %. Твердые сыры и сухая сыворотка стали дешевле на 10 %, сухое обезжиренное молоко – на 8 %, сырные продукты – на 5 %. Одной из причин роста цен можно назвать повышение базовой ставки НДС до 20 % с января 2019 года. Хотя молочная продукция облагается льготным НДС по ставке 10 %, расходы на упаковку, логистику и ГСМ у производителей молочной продукции увеличились.

Наиболее яркой тенденцией предложения молочного рынка становится укрупнение игроков. Этот тренд на сегодняшний день естественный. При этом даже крупнейшие компании (как PepsiCo и DANONE) не обладают монополиями на рынке. Более того, мы видим, что рынок лет 7-8 назад был гораздо более консолидирован, чем сейчас. Появились новые очень крупные игроки (КОМОС, Вкуснотеево). Россия - большая страна, работает много региональных заводов, и полного поглощения не случится. Можно предположить, что в будущем на рынке будет присутствовать несколько десятков крупных компаний. Они не станут гигантами, в их распоряжении будет примерно по 5-10 заводов. При дальнейшем увеличении их количества стоило бы задуматься о вопросах управляемости, планирования, общих ресурсов, рисков. Наша страна огромна, она находится на огромных логистических пространствах, и сомнительно, что удастся консолидировать их все. Мы видим, что с одной стороны, рынок насыщен, а с другой идет борьба за молоко, заводы боятся потерять сырьевую базу, идет перераспределение рынка. Игроки борются за присутствие в сетях, постоянно внедряются акции. Картина на фоне стагнирующего рынка весьма специфическая. Потребление молока в РФ пока не упало, но тенденция к его снижению уже намечается. Основной причиной этого является общий экономический кризис. Для начала выясним, почему тенденция снижения потребления молока до сих пор ярко не проявилась. Люди не выезжали за границу в таком количестве, как в прошлые годы. По данным Таможенной службы, в 2019 году за второй квартал баланс между приехавшими и уехавшими составлял около 5 млн. человек, а за третий квартал – 5,6 млн. В этом году баланс во втором квартале составил всего 100 тысяч. Это не дало упасть рынку потребления. Еще один интересный фактор – с моей точки зрения, люди были обеспокоены своим здоровьем, и они

ассоциировали молочную продукцию со здоровым питанием – поддерживали ей свою иммунную систему. Эти параметры не дали рынку провалиться, несмотря на снижение ВВП, зарплат, потерю рабочих мест. Накоплений у людей в среднем хватит примерно на три месяца, а дальнейшее развитие событий покажет вторая волна коронавируса, если она будет. Пока молочный рынок благополучно пережил эти полгода, гораздо лучше даже самых оптимистичных прогнозов. Но ожидаемо, что потребление молочной продукции в ближайшее время все-таки уменьшится от 1 до 2 %. Нужно учесть, что здесь речь идет о достаточно длительных процессах – с момента сокращения рабочих мест до момента сокращения потребления продуктов питания проходит какое-то время.

Заключение. Коронавирус негативно повлиял на молочный рынок как напрямую – сказались прерывание цепочек поставок и закрытие границ для перемещения специалистов, так и косвенно – снизились доходы населения, временно закрывались предприятия общественного питания, также негативные последствия могут выражаться в сокращении инвестиций в отрасль. Молочный рынок остается одним из самых перспективных для России, однако его динамика будет зависеть от того, какой вектор развития выберет государство: избыточное регулирование экспорта или поддержку сельхозпроизводителей. Главным направлением развития молочной отрасли на сегодняшний день должны стать интенсификация производства и автоматизация производственных процессов, совершенствование ассортимента молочной продукции, снижения ее себестоимости, наращивания темпов безотходного производства [3].

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Формирование рыночной системы реализации продовольственной продукции в РФ / Ю.Б. Кострова // Материалы международной научно-практической конференции «Экономика и право: теоретические и практические проблемы современности». – Рязань: МАЭП, – 2016. – С. 120-124.
2. Кострова Ю.Б. Современное состояние и перспективы развития рынка молока в РФ / Ю.Б. Кострова // Материалы всероссийской научно-практической конференции "Современные аспекты биобезопасности продукции животноводства". – Орел: ОГАУ, 2018. – С. 54-59.
3. Кострова Ю.Б. Анализ рынка молока и молочной продукции в России и современные тенденции его развития / Ю.Б. Кострова, А.Б. Мартынушкин // Теоретические и прикладные проблемы агропромышленного комплекса. – 2019. – № 4 (42). – С. 69-72.
4. Лящук Ю.О. Анализ динамики цен на молоко и молочную продукцию в ЦФО РФ / Ю.О. Лящук // Материалы 66-й международной научно-практической конференции «Аграрная наука как основа продовольственной безопасности региона». – Рязань: РГАТУ, 2015. – С. 138-144.
5. Лящук Ю.О. Анализ рынка молока как инструмент системы риск-менеджмента в молочной промышленности ЦФО России / Ю.О. Лящук, А.Б. Мартынушкин // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2015. – № 3. – С. 37-41.

Управление персоналом и экономика труда

УДК 331.101.3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

Балтачеева Н.А., д-р экон. наук, проф.,
Николаева В.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
n.baltacheeva@donnu.ru

Введение. Одним из основных факторов, влияющих на производительность труда, а, следовательно, и на результат хозяйственной деятельности в целом, является оплата труда. Поскольку заработная плата является основным источником доходов работников, необходимо постоянно совершенствовать систему оплаты труда таким образом, чтобы она в полной мере обеспечивала воспроизводство рабочей силы, учитывая условия и результаты труда, стимулировала повышение квалификации, производительности, качества продукции, рациональное использование и экономию всех видов ресурсов.

Проблемы экономических интересов в области изучения методов организации оплаты и стимулирования труда работников занимают важное место в экономической науке и отражены в трудах многих экономистов: Л. Бунтовская, Е. Ветлужских, А. Егоршин, А. Кибанов, О. Лобцова, Н. Лукьянченко, И. Митрофанова, С. Шапиро и др. [1-7].

Целью статьи является разработка рекомендаций по совершенствованию системы материального и нематериального стимулирования работников предприятий на основе анализа факторов мотивации персонала.

Основная часть. Исследование системы оплаты и стимулирования труда работников проводилось на промышленных предприятиях Донецкой Народной Республики. В результате анализа выявлено, что на исследуемых предприятиях для формирования и дифференциации заработной платы используется тарифная система оплаты труда, преимуществом которой является стабильность, простота и гибкость расчетов. Однако отсутствие стимулов и слабая мотивация сотрудников к эффективной работе являются недостатком данной системы, который подлежит корректировке. Для обеспечения более тесной связи заработной платы рабочего с конкретными условиями, в которых протекает его трудовая деятельность, на предприятиях тарифные ставки дифференцируются в зависимости от условий и характера производства.

С целью определения степени значимости мотивационных факторов был проведен опрос работников исследуемых предприятий, среди которых 100 рабочих и 12 руководителей. В результате опроса выявлено, что для рабочих большую важность приобретает результат работы, который должен,

по их мнению, признаваться не только ими, но и руководством. Все опрошенные уделяют немаловажное значение таким факторам мотивации, как убежденность в полезности и значимости своей работы, удовлетворенность от работы, публичная похвала начальника. Для большей части руководителей доминирующим мотивационным фактором является ощущение значимости себя как личности. При этом руководители среднего звена ориентированы на желание получать сложные задания и чувствовать, что они не только используют уже приобретенные навыки и умения, но и приобретают новые, постоянно совершенствуются и растут. Для руководителей высшего звена в приоритете само-удовлетворенность, самореализация. Для того чтобы соотнести структуру мотивов и стимулов работникам было предложено выбрать 5 наиболее важных для них характеристик работы. Для всех категорий работников первое место единогласно занимает высокая заработная плата, что еще раз доказывает, что хорошо продуманная система стимулирования даст положительный результат. Далее идут характеристики, которые можно отнести к гигиеническим факторам, – благоприятный психологический климат и благоприятные условия труда.

Заключение. По результатам проведенного исследования с целью совершенствования системы оплаты и стимулирования труда работников исследуемых предприятий целесообразно внедрение следующих рекомендаций: 1) оптимизация регулирования тарифной и надтарифной части заработной платы, усовершенствование шкалы премирования работников; 2) совершенствование системы нематериального стимулирования персонала, а именно: формирование реалистичных ожиданий работников во время отбора; привлечение сотрудников к общекорпоративным мероприятиям; поощрение сотрудников за их успехи и др. Для руководителей целесообразно создать тренинговый центр или выбрать курс, где они могли бы получать новые знания, развивать свои навыки и обмениваться опытом; 3) использовать в отечественной практике передовой зарубежный опыт: внедрение системы «оплаты за квалификацию»; ставить на первый план работников, их качества – возраст, стаж работы, занимаемый статус и должность, образовательный уровень, преданность фирме и др.

Список литературы

1. Ветлужских Е. Мотивация и оплата труда. Инструменты. Методики. Практика / Е. Ветлужских. – М.: Альпина Паблицер, 2010. – 148 с.
2. Егоршин А. П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учеб. пособие / А. П. Егоршин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 378 с.
3. Кибанов А. Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / А. Я. Кибанов / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 514 с.
4. Лобцова О. В. Стимулирование труда работников / О. В. Лобцова // Вестник ЧитГУ. – 2012. – № 3. – С. 97-103.
5. Мотивация персонала: учебник / Н. Д. Лукьянченко. – Донецк: ДонНУ, 2014. – 280 с.
6. Совершенствование механизма мотивации и стимулирования труда работников предприятий / И. А. Митрофанова, А. С. Пономарева, О. Ю. Трилицкая // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2018. – Т. 8. – № 3А. – С. 247-256.
7. Шапиро С. А. Мотивация и стимулирование персонала / С. А. Шапиро. – М.: ГроссМедиа, 2008. – 224 с.

УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ МЛАДШЕГО ОФИЦЕРСКОГО СОСТАВА СИЛОВЫХ СТРУКТУР ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Бовсуновский В.В.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
vvasilich_2017@mail.ru

Введение. В условиях продолжающихся боевых действий и необходимости обеспечения безопасности Донецкой Народной Республики встает острая потребность в подготовке квалифицированных кадров для силовых структур. В связи с этим, требуется пополнение младшего офицерского состава сотрудниками, владеющими знаниями, навыками и технологиями, способными эффективно применять их на практике для предотвращения террористических угроз и возможности максимально эффективной мобилизации в случае возобновления активной стадии боевых действий. При этом ключевое значение имеет возможность адаптации и применения на практике передовых технологий менеджмента в управлении развитием молодых офицеров.

Цель исследования – предложить методический подход к управлению карьерой младшего офицерского состава силовых структур ДНР для выбора стратегии его развития в условиях продолжающихся боевых действий и при переходе к цифровизации.

Основная часть. Подготовкой офицерских кадров в Донецкой Народной Республике целенаправленно занимаются три высших учебных заведения:

1. Донецкая академия внутренних дел Министерства внутренних дел Донецкой Народной Республики, созданная на базе бывшего Донецкого юридического института Министерства внутренних дел Украины, является структурным подразделением Министерства внутренних дел ДНР. Ее научно-педагогическая деятельность основывается на образовательных стандартах Министерства образования и науки ДНР и образовательных стандартах Российской Федерации. Академия создана решением Совета Министров Донецкой Народной Республики 03 июня 2015 года и является образовательной организацией высшего профессионального образования. По окончании Академии курсанты факультета внутренних войск получают звание лейтенант и высшее юридическое образование [1].

2. Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», являющееся правопреемником Донецкого высшего военно-

политического училища инженерных войск и войск связи, которое было сформировано 16 июня 1967 года. Учреждено указом Главы ДНР Захарченко А. В. от 6 мая 2015 года. Создано с целью подготовки квалифицированных специалистов в области общевойскового командования [2].

3. Специализированный факультет подготовки кадров для Министерства государственной безопасности ДНР при «Донецком национальном университете» создан в целях развития юридической науки и подготовки квалифицированных специалистов в области права для органов государственной безопасности [3].

Основная функция вышеперечисленных высших учебных заведений – подготовка кадров-молодых офицеров для силовых структур и ведомств Донецкой Народной Республики [4]. При поступлении молодых офицеров на службу важно развить навыки и умения, полученные в процессе обучения в высшем учебном заведении. Продолжающиеся боевые действия в ДНР и темпы научно-технического прогресса, обуславливающие применение передовых информационных технологий и цифровых решений в деятельности силовых структур Республики, становятся основанием для постоянного пересмотра и повышения требований к кадровому составу – их образованию, уровню квалификации. Именно поэтому требования к квалификационным характеристикам молодых офицеров постоянно возрастают. В данных обстоятельствах важным становится внедрение современного инструментария управления карьерой младшего офицерского состава силовых структур ДНР. При этом эффективность реализации системы управления карьерным ростом персонала может быть достигнута с помощью интеграции, комбинирования в различные технологии, среди которых наравне такими с универсальными персонал-технологиями, как управление по целям, обучение, управление адаптацией и профессиональной ориентацией, должны применяться и специфические карьерные – работа с резервом на выдвижение, индивидуальное психологическое консультирование по вопросам карьеры, моделирование карьерного роста персонала.

С учетом вышеизложенного, в исследовании предлагается методический подход к управлению карьерой младшего офицерского состава силовых структур ДНР (рис. 1).

Заключение. Таким образом, управление карьерой молодых офицеров представляет собой комплексный, многоэтапный процесс. Внедрение предложенного подхода позволит решить проблему обеспечения силовых структур высококвалифицированными кадрами. Ориентация на непрерывное развитие, обучение и освоение новых компетенций младшего офицерского состава силовых структур ДНР определит высокие возможности обеспечения безопасности государства в современных условиях.



Рис. 1. Методический подход к управлению карьерой младшего офицерского состава силовых структур ДНР (разработано автором)

Список литературы

1. Донецкая академия внутренних дел Министерства внутренних дел Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://davd.su/>.
2. О создании Донецкого высшего общевойскового командного училища: указ Главы ДНР №173 от 06.05.15 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://doc.dnronline.su/wpcontent/uploads/2015/03/UkazN173_06052015.pdf.
3. Донецкий национальный университет: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.donnu.ru/>.
4. Бовсуновский В.В. Адаптация молодых офицеров при прохождении военной службы в силовых структурах Донецкой Народной Республики / В.В. Бовсуновский // Вести Автомобильно-дорожного института. – 2020. – № 3. – С. 196–203.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ КОНФЛИКТОВ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Бунтовская Л.Л., д-р экон. наук, доц., *Деревянченко О.С.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
l.buntovskaya@mail.ru

Введение. Конкурентоспособность любого предприятия, как установлено мировой наукой и практикой, определяется, прежде всего, человеческим фактором. Невозможно достичь высокой рентабельности производства, инновационных прорывов, высокой эффективности труда, если работник слабо мотивирован, не удовлетворен условиями трудовой деятельности и взаимоотношениями в коллективе, не настроен на решение перспективных производственных задач. Социально-трудовые конфликты, возникающие в организациях, нередко снижают потенциал коллектива, приводят к сбоям в его работе и негативно влияют на конкурентные преимущества предприятия.

Проблемы конфликтности и конкурентоспособности предприятий освещены в работах таких ученых как Ф. Котлер, И. Ансофф, П. Завьялов, В. Ефремов, А. Осеев, А. Дорин, Ф. Александров и др. Несмотря на широкое освещение данного вопроса в научной литературе, взаимосвязь роста конкурентоспособности со снижением трудовых конфликтов остается не достаточно изученной.

Целью исследования является анализ факторов дестабилизации, влияющих на конкурентоспособность предприятий.

Основная часть. Под трудовыми конфликтами понимают трудовые споры между коллективами предприятий и администрацией по вопросам применения действующего законодательства, установления новых или изменения существующих условий труда и быта [1].

Государственное регулирование в сфере социально-трудовых отношений в Донецкой Народной Республике (далее – ДНР) возложено на Министерство труда и социальной политики ДНР, в Российской Федерации на Министерство труда и социальной защиты РФ. Разрешение коллективных трудовых споров в ДНР реализуется Сектором посредничества и примирения, входящим в состав Госинспекции по вопросам соблюдения законодательства о труде ДНР [2]. В РФ разрешение коллективных трудовых осуществляется на основании Трудового кодекса РФ. В соответствии со ст.407 ТК РФ «государственными органами по урегулированию коллективных трудовых споров являются федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по оказанию государственных услуг в сфере урегулирования коллективных трудовых споров, и органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, участвующие в урегулировании коллективных трудовых споров» [4].

Рассмотрим динамику социально-трудовых конфликтов (СТК) и причины их возникновения на примере двух пограничных регионов – ДНР и Южного федерального округа, а также близлежащих к ним Центрального и Приволжского федеральных округов. Важными секторами экономики ДНР являются угледобывающая и металлургическая промышленность, машиностроение и сельское хозяйство. Мощный промышленно-производственный потенциал ЮФО сосредоточен в отраслях агропромышленного комплекса, сельскохозяйственного машиностроения, металлургии, химии и нефтехимии, пищевой промышленности, занимающих ведущие позиции в стране [2; 3].

В целом по РФ количество социально-трудовых конфликтов в 2019 г. увеличилось по сравнению с 2018 г. на 3 %, при этом наибольшее их число зарегистрировано в ЦФО – 39 СТК и ПФО – 29 СТК. ВЦФО в 2019 г. по сравнению с 2018 г. количество СТК увеличилось на 5,5 %, а по сравнению с 2017 г. – на 69,5 %. В ПФО аналогичная ситуация: в 2019 г. по сравнению с 2018 г. зафиксировано повышение количества СТК на 20,8 %, а по сравнению с 2017 г. – на 11,5 %. ЮФО в 2019 г. стал вторым регионом с наименьшим количеством зарегистрированных СТК, уступив лишь Северокавказскому федеральному округу. Количество социально-трудовых конфликтов в ЮФО в 2019 г. сократилось на 17% по сравнению с 2018 г., и более чем в 3 раза по сравнению с 2017 г.

Результаты исследования свидетельствуют, что в последнее время в России отмечается значительное количество протестных акций. Особенно их количество возросло в связи с проведением пенсионной реформы в 2018 г. Так, в III квартале 2018 года зарегистрировано более чем в 3 раза больше протестов по сравнению с началом 2018 года и примерно в 2,8 раз больше протестов по сравнению с соответствующим периодом 2017 года. Всего за год зафиксировано 2526 протестных акций [5; 7].

Достаточно популярными в России стали такие формы протеста, как стоп-акции, которые не всегда проходят в форме забастовок, а сопровождаются временным превращением работы отдельными работниками или группами работников, что не приводит к остановке подразделения или всего предприятия. В число стоп-акций специалисты включают и «итальянские забастовки», т.е. «работу по правилам», когда замедляется темп работы и интенсивность труда снижается, что дает основание считать их аналогом стоп-акций [6].

В ДНР в 2019 г. по сравнению с 2018 г. было зафиксировано в 2 раза меньше случаев дестабилизации социально-трудовых отношений, в 2018 г. наблюдалась обратная тенденция – количество социально-трудовых конфликтов выросло в 1,4 раза по сравнению с 2017 г.

Анализ показал, что в ДНР причинами дестабилизации социально-трудовых отношений являются задолженность по заработной плате, низкая эффективность мероприятий по обеспечению техники безопасности труда,

несоблюдение трудового законодательства, а в РФ – невыплата заработной платы в некоторых отраслях промышленности, отсутствие индексации и снижение общего уровня оплаты труда, повышение пенсионного возраста, повышение НДС, которое повлекло снижение покупательной способности населения. В ЮФО к основным факторам, влияющим на дестабилизацию социально-трудовых отношений, можно отнести задолженность по заработной плате, неудовлетворенность сотрудников здравоохранения размером заработной платы и условиями труда, протесты против ликвидации предприятий.

Заключение. Таким образом, исследование показало, что основными причинами неудовлетворенности работников и в ДНР, и в РФ являются низкий размер заработной платы и нарушение сроков ее выплаты, что приводит не только к дестабилизации социально-трудовых отношений, но и к снижению конкурентоспособности предприятий. Для решения этой проблемы необходимо проведение мероприятий по погашению задолженности по заработной плате и повышению уровня доходов населения. Кроме того, в ДНР необходимо принятие соответствующих законов, усиление контроля со стороны органов государственной власти за исполнением законодательства о труде, а в РФ – реформирование системы оплаты и условий труда, в частности, в сфере здравоохранения.

Список литературы

1. Юридическая конфликтология / А.Д. Бойков, Н.Н. Варламов, А.В. Дмитриев, О.Л. Дубовик. – М.: Изд-во ИГиП РАН, 1995. – 316 с.
2. Государственная инспекция по вопросам соблюдения законодательства о труде ДНР / Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gostrud-dnr.ru/>.
3. Итоги социально-трудовых конфликтов в Российской Федерации: развитие трудовых отношений в 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://industrialconflicts.ru/lib/71/trudowyh_konfliktow_w_rossiyskoy_fede.html.
4. Трудовой кодекс РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW/.
5. Протесты 2017-2018: рост протестной активности населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cepr.su/2018/11/08/protests-2017-2018/>.
6. В России трудовых протестов становится все больше [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online812.ru/2017/03/29/005/>.
7. Бунтовская Л.Л. Государственное регулирование социально-трудовых отношений в Российской Федерации / Л.Л. Бунтовская, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Академии Знаний. – 2019. – № 31 (2). – С. 48-56.

РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ЗАНЯТОСТИ МОЛОДЕЖИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Важинская В.В., канд. экон. наук, доц., **Горбач С.В.**
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
upiet_donnu@mail.ru

Введение. Молодежь является важным ресурсом производительных сил общества, так как является не только работоспособной и энергичной, но и быстро обучаемой рабочей силой. Во время учебы в школе формируются предпосылки, определяющие выбор будущей профессии, поэтому именно там начинается профессиональное становление личности. К сожалению, учебные программы оторваны от реальных проблем, которые молодым людям придется решать в жизни. Многие необходимые знания они вынуждены осваивать самостоятельно.

Существует множество факторов, которые определяют сложность в трудоустройстве молодежи. Это в первую очередь – отсутствие необходимого опыта. Работодатель не заинтересован в привлечении на работу неопытного специалиста, поскольку хочет получить от рабочей силы моментальную отдачу при минимуме затрат. Кроме того, зачастую работодателя останавливает то, что молодой специалист, параллельно с работой планирует обучение, что неизбежно связано с отрывом от рабочего процесса.

Донецкая Народная Республика – государство молодое, где проживает большое количество молодежи, поэтому их трудоустройству должно уделяться особое внимание. Экономический кризис, военный конфликт, изоляция Донецкой Народной Республики привели к замораживанию экономических связей, что повлекло за собой сворачивание предпринимательской деятельности, а также выхода ряда крупных предприятий за пределы Донбасса. Некоторые крупные промышленные предприятия были разрушены.

Цель исследования – определение основных направлений решения проблемы занятости молодежи в Донецкой Народной Республике.

Основная часть. В Донецкой Народной Республике правовую основу регламентации отношений, возникающих в сфере занятости и трудоустройства, гарантирует Конституция Донецкой Народной Республики, а также Закон о занятости, который был принят постановлением Народного Совета 29.05.2015 (*с изменениями, внесенными Законом от 09.06.2019г. № 50-ІНС*). Настоящий Закон определяет правовые, экономические и организационные основы государственной политики содействия занятости населения, в том числе гарантии государства по реализации конституционных прав граждан Донецкой Народной Республики на труд и социальную защиту от безработицы.

Ежегодно в ДНР перед выпускниками высших учебных заведений возникает одна крайне важная проблема – поиск работы. Конечно, эти молодые люди могут без проблем устроиться на работу в России, но они остаются в ДНР с желанием поднимать экономику родного края.

По официальным данным Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики, на конец мая 2020 г. в центре состояло на учете 7,8 тыс. человек, ищущих работу. Из них 26,4 % (2,1 тыс. человек) — молодежь в возрасте до 35 лет. В республике рынок перенасыщен гуманитарными специальностями, но, поскольку с крупными производствами ситуация сложная, инженерные и рабочие специальности не востребованы. Более того, даже бюджетные места в ВУЗах на эти специальности остаются вакантными. Однако есть немного позитива. В ДНР стали очень востребованы профессии, которые направлены на создание качественных IT-продуктов или услуг. Плачевная ситуация сложилась в угольной промышленности, из-за низкой оплаты труда молодежь неохотно идет туда работать. Вообще заработная плата не устраивает большинство молодых специалистов. В комментариях по этому поводу представители предприятий указывают, что крайне ограничены в возможностях и инструментах стимулирования работников, поскольку «зарплата регулируется государством». Депутаты НС ДНР приняли Закон «О внесении изменений в статью 2 Гражданского кодекса ДНР», который предоставляет право физическим лицам осуществлять предпринимательскую деятельность без регистрации.

Эта норма согласуется с положениями статей Гражданского кодекса ДНР, в соответствии с которым для отдельных видов предпринимательской деятельности законом могут быть предусмотрены условия такой деятельности без государственной регистрации в качестве ФЛП. Это позитивный момент для трудоустройства молодежи.

В настоящее время Правительство ДНР разрабатывает комплекс мер по трудоустройству молодежи, которое предусматривает прежде всего трудоустройство молодых специалистов. В 2020 г. выпускники ВУЗов получили российские дипломы, но остались работать в республике. Поэтому Глава республики поручил разработать дорожную карту для формирования госзаказа, а также порядка трудоустройства выпускников. При разработке дорожной карты будут учитываться потребности республиканских предприятий.

Министерству образования и науки, а также Министерству труда и социальной политики поручено разработать предложения по переквалификации кадров, которые ранее получили невостребованную специальность. Также Министерство образования и науки разрабатывает программу по увеличению учебных часов для практических занятий студентов.

Таким образом, обеспечение занятости всего трудоспособного населения является одной из важных задач любого государства. Для

решения этой задачи должны приниматься соответствующие законы о занятости и разрабатываться комплекс мер, содействующих его реализации. Иначе говоря, проводить политику занятости.

Заключение. Подводя итоги, можно заключить, что на сегодняшний день нет оснований полагать, что проблема занятости молодежи будет снята в ближайшие годы. Она будет либо достаточно интенсивно расширяться, либо сохранит ползучий характер. Государственная политика регулирования занятости в Донецкой Народной Республике достаточно несовершенна и нуждается в корректировке. При разработке программ по занятости необходимо ориентироваться на опыт зарубежных стран, где государственная активная политика занятости этих стран предусматривает разработку программ содействия занятости населения, эти программы регулярно разрабатываются, финансируются и выполняются, учитывая специфику конкретной социально-экономической ситуации. По мнению зарубежных экономистов, знаний, полученных в ВУЗе достаточно на первые 3-5 лет, а дальше необходимо переобучение. Проведя исследование политики занятости в зарубежных странах, можно сделать вывод, что ни одна цивилизованная страна стремиться не допустить безработицы, потому что это грозит ощутимыми экономическими, социальными и даже политическими негативными последствиями. Опыт этих стран показывает, что нет одной постоянно действующей модели. Она варьируется в зависимости от социально-экономического и политического устройства.

Безработица среди молодежи наносит урон и жизненным интересам молодых людей, не давая им реализовать свои созидательные потенциалы, приложить свои умения в том роде деятельности, в котором они могут наибольшим образом проявить себя и, что самое главное, резко ухудшая материальное положение.

В Республике необходимо создать молодежную биржу труда, работа которой будет строиться только с молодежью, которая осуществляла бы сбор информации о количестве обучающихся в высших и средних профессиональных учебных заведениях, составлять статистику по лидирующим и отстающим трудоустроенным специальностям.

Список литературы

1. Буланов В.С. Методологические вопросы исследования рынка труда / В.С. Буланов // Общество и экономика. – 2019. – 210 с.
2. Дейнека, А. В. Управление персоналом: учебник / А.В.Дейнека. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 291 с.
3. Республиканский центр занятости ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru>.

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ОПЛАТЫ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Варзин В.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», г. Москва, РФ

varzin.vasily@yandex.ru

Введение. Занятость населения и сфера формирования доходов домашних хозяйств являются одними из наиболее значимых элементов функционирования современной социально-экономической системы. Поэтому данные области исследования выступают в качестве объектов пристального внимания как со стороны экономической науки, так и хозяйственно-управленческой и государственно-регуляторной практики. В рамках данного исследования на базе данных Росстата проводится анализ текущих тенденций в сфере оплаты труда и занятости населения в Российской Федерации.

Основная часть. Исследуя данные официальной статистики, можно выделить наметившуюся тенденцию опережения динамики роста среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников организаций над повышательной динамикой величины среднедушевого прожиточного минимума, а также динамикой среднедушевых среднемесячных денежных доходов населения.

Так, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций в 2010 году составила 20 952 рублей, в 2019 году – 47 468 рублей. Относительный прирост данного показателя за анализируемый период составил 126,6 %.

Среднедушевые среднемесячные денежные доходы населения в 2010 году были на уровне 18 958 рублей, а в 2019 году – 35 249 рублей. Относительный прирост анализируемого показателя за исследуемый период составил 85,9 %.

Величина среднедушевого прожиточного минимума в 2010 году составила 5 688 рублей, в 2019 году данный показатель был на уровне 10890 рублей. Относительный прирост данного показателя за анализируемый период составил 91,5 %.

Безусловно позитивной тенденцией последних лет является существенное превышение темпа прироста минимального размера оплаты труда над темпом прироста величины прожиточного минимума (160,5 % против 91,5 % соответственно). При этом минимальный размер оплаты труда (в среднем за год) составил в 2010 году 4 330 рублей, а в 2019 году – 11 280 рублей.

На рубеже 2010-2019 годов отмечается тенденция определённого сокращения дифференциации доходов населения. Коэффициент фондов в

2019 году составил 15,4 против 16,6 в 2010 году. При абсолютном изменении данного показателя на 1,2 пункта, относительное сокращение составило 7,2 %, что, безусловно, является позитивной социально-экономической тенденцией.

Опираясь на данные Росстата, можно отметить тенденцию сокращения гендерного разрыва в заработной плате. В 2011 году заработная плата мужчин в среднем была выше на 29,0 % уровня оплаты труда женщин. В 2019 году данный разрыв составил 24,8 %. Таким образом, абсолютное изменение данного показателя составило 4,2 процентных пункта, а относительное снижение было отмечено на уровне 14,5 %.

В последние годы в России также отмечается тенденция определённого сокращения показателя платоёмкости ВВП. Так, доля заработной платы в ВВП РФ в 2010 году составила 49,7 %, в 2019 – 46,7 %. Это соответствует 3 процентным пунктам абсолютного снижения и 6 % относительного сокращения анализируемого показателя.

Исследование данных официальной статистики позволяет выявить наметившуюся тенденцию сокращения доли занятых лиц в общей численности населения. Если в 2010 году данный показатель составлял 62,7 %, то в 2019 году он отмечался на уровне 59,4 %. Таким образом, относительное сокращение исследуемого показателя составило 5,3 %. При этом нужно отметить, что в гендерном отношении наибольшее снижение анализируемого показателя наблюдалось среди женщин: 58 % в 2010 и 52,9 % в 2019 году (8,8 % относительного сокращения значения показателя). Для мужчин данный показатель был более стабилен: 68 % в 2010 и 67,3 % в 2019 году (1,0 % относительного сокращения значения исследуемого показателя). Если провести гендерное сопоставление данного показателя в 2019 году, то его значение у мужчин будет на 27,2 % выше, чем у женщин.

На рубеже 2010-2019 годов можно отметить тенденцию сокращения уровня официальной безработицы. В соответствии с данными Росстата уровень безработицы сократился с 7,3 % в 2010 году до 4,6 % в 2019 году. Таким образом, относительное сокращение данного показателя составило 36,6 %. У мужчин данный показатель снизился с 7,9 % в 2010 году до 4,8 % в 2019 году, что соответствует 39,2 % относительного снижения исследуемого показателя. Уровень безработицы у женщин сократился с 6,8 % в 2010 году до 4,4 % в 2019 году (35,3 % относительного сокращения анализируемого показателя). В целом, уровень безработицы у мужчин на 9,1 % выше, чем у женщин в 2019 году.

В 2019 году в сравнении с предыдущими годами отмечается тенденция сокращения доли занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю). Так в 2010 году данный показатель составил 4,7 %, а в 2019 году – 3,5 %, что соответствует 25,5 % относительного снижения анализируемого показателя. Для мужчин подобное сокращение

исследуемого показателя составило 22,6 % (значение анализируемого показателя в 2010 году – 6,2 %, в 2019 году – 4,8 %), а для женщин – 35,5 % (в 2010 году – 3,1 %, в 2019 году – 2,0 %). В 2019 году гендерное различие в исследуемом показателе составило 2,4 раза в пользу мужчин.

В последние годы в России отмечается тенденция роста доли неформального сектора в общей занятости населения. Так в 2010 году данный показатель составлял 16,4 %, а в 2019 был отмечен на уровне 20,6 %. Относительный прирост данного показателя за рассматриваемый период составил 25,6 %. У мужчин относительное возрастание анализируемого показателя было равно 22,7 % (18,1 % в 2010 году против 22,2 % в 2019 году). Доля неформального сектора в общей занятости женщин в 2010 году составила 14,7 %, в 2019 году – 18,9 % (относительный прирост 28,6 %). В 2019 году исследуемый показатель у мужчин был на 17,5 % выше, чем у женщин.

Заключение. Выявленные в рамках данного исследования текущие тенденции в сфере оплаты труда и занятости населения могут выступать в качестве элемента информационно-аналитической базы исследования проблем функционирования и развития отечественного рынка труда, а также разработки комплексных программ социально-экономического развития национальной экономики.

Список литературы

1. Бабаев Б.Д., Николаева Е.Е. О расширительной трактовке распределительных отношений // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2011. – Т. 17, № 3. – С. 363-367.
2. Варзин А.В. Анализ региональной дифференциации оплаты труда педагогических работников // Развитие социально-экономического потенциала регионов: дифференциация и приоритеты: сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола / Под редакцией С.Г. Радько. – 2020. – С. 23-26.
3. Заработная плата в России: эволюция и дифференциация / под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшникова. – М., 2008.
4. Капелюшников Р.И. Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации. – М., 2001. – 309 с.
5. Коровкин А.Г. Проблемы согласования спроса на рабочую силу и её предложения на российском рынке труда // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 2 (125). – С. 103-123.
6. Россия в цифрах. 2020: крат. стат. сб. – М.: Росстат, 2020. – 550 с.
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 20.10.2020).

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ, ФОРМИРУЮЩИХ УСЛОВИЯ ТРУДА

Васильев А.С.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», Донецк, ДНР
Vasilievartem05@gmail.com

Введение. Производственные факторы оказывают существенное влияние на здоровье работников: снижение производительности, продуктивности и эффективности труда. При этом параметры производственных факторов, к сожалению, не всегда отвечают нормативным значениям, что приводит к дополнительным затратам со стороны работодателя на восстановление трудоспособности и здоровья пострадавших. В этой связи актуальным становится определение отсутствия или присутствия конкретного производственного фактора.

Проблемами в области охраны труда занимались А.Н. Гржегоржевский, С.Г. Брусенцов, А.С. Беликов, А.В. Румянцева, Г.З. Файнбург и другие.

Целью исследования является определение основных производственных факторов, которые формируют условия труда.

Основные результаты. Наиболее распространенные на сегодняшний день классификации факторов, которые формируют условия труда, предложенные учеными НИИ Труда и А.И. Рофе. Ученые НИИ Труда в своей классификации связывают группы факторов с элементами, которые непосредственно определяют условия труда [1, с. 5]. Отличительной особенностью классификации А.И. Рофе, является распределение факторов на две группы: зависимые и независимые от особенностей производства [2, с. 320]. А.В. Румянцева считает, что включенность управления охраной труда в управление сложными экономическими системами предопределяет то, что управление охраной труда имеет сложный системный характер и для достижения положительного результата необходимо учитывать влияние всех взаимосвязанных факторов [3, с. 54].

В настоящее время в мире нет ни одной исчерпывающей и общепризнанной классификации опасных и вредных производственных факторов [4, с. 63]. Выявить отсутствие или присутствие конкретного фактора в составе условий труда очень важно, поскольку потребуются дальнейшие процедуры по уточнению возможностей его воздействия.

В связи с этим возникает необходимость построения системы классификации производственных факторов, формирующих условия труда и оказывающих неблагоприятное воздействие на организм человека. На рис. 1 представлена разработанная автором система классификации производственных факторов, формирующих условия труда на основе системного подхода [5–9].

Классификация производственных факторов, формирующих условия труда

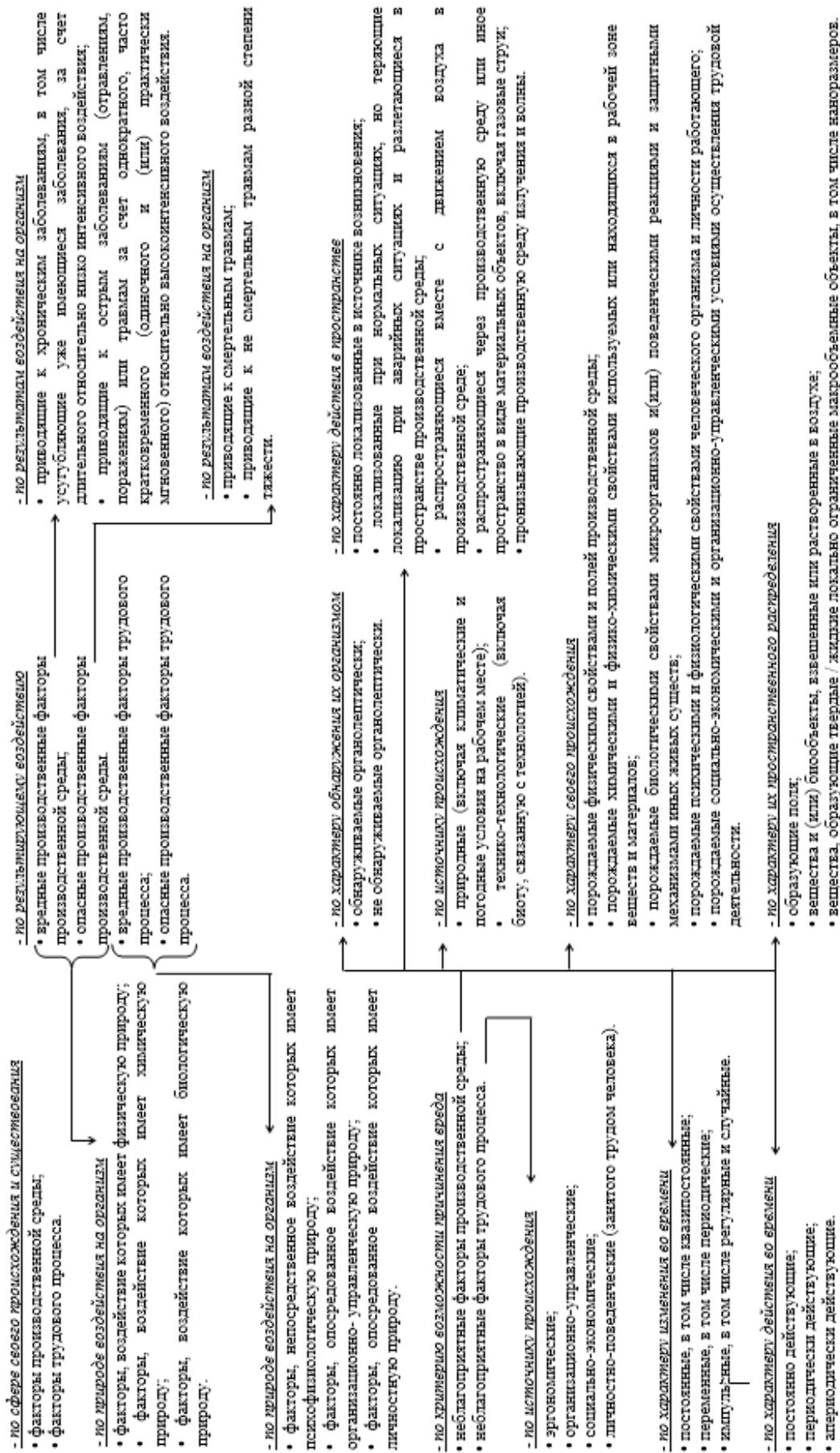


Рисунок 1 – Классификация производственных факторов, формирующих условия труда

Представленная классификация производственных факторов, формирующих условия труда, носит общий характер и позволяет на практике определить факторы, негативно влияющие на здоровье работника, и выработать меры и средства защиты. Данная классификация позволяет определить источник возникновения; форму существования; характер распространения; зону и условия воздействия; природу воздействия на организм; характер воздействия.

Заключение. Таким образом, на условия труда влияет много факторов разного характера. Руководителю, как субъекту управления, сложно осуществлять управление данными факторами, особенно, если они не связаны с производственным процессом и формируются в результате внешних причин. В этом случае владелец предприятия может лишь учитывать их при разработке мероприятий и средств управления условиями труда.

Список литературы

1. Определение эффективности мероприятий по улучшению условий труда: (Межотрасл. метод. рекомендации) / НИИ труда; [Подгот. В. Г. Макушиным, Б. Н. Петуховым, С. Э. Славиной и др.]. – Москва: НИИ труда, 1979. – 61 с.
2. Беликов А. С. Основы охраны труда / А. С. Беликов, А. И. Касьян, С. П. Дмитрюк и др. – Днепропетровск: Журфонд, 2007. – 494 с.
3. Румянцева А. В. Система управления охраной труда: инновационный подход / А. В. Румянцева // Инновационное развитие экономики. – 2017. – № 5 (41) – С. 52-59.
4. Файнбург Г. З. Основы классификации, типологизации и идентификации факторов, формирующих условия труда (общие принципы и подходы) / Г. З. Файнбург // Безопасность в техносфере. – 2014. – № 4. – С. 60-66.
5. Лукьянченко Н. Д. Организация труда менеджера: учебно-методическое пособие для вузов / Н. Д. Лукьянченко, К. К. Лукьянова, А. С. Васильев. – Донецк: Изд-во ГУВПО ДонНУ, 2019. – 90 с.
6. Куликова М. А. Условия труда и влияние их на качество жизни / М. А. Куликова // Социально-экономические явления и процессы. – 2009. – № 2 (014). – С. 75-78.
7. Смагина С. С. Управление охраной труда и промышленной безопасностью на угледобывающих предприятиях Кузбасса / С. С. Смагина, О. В. Кадникова, А. А. Рольгайзер // Экономика труда. – 2018. – Т. 5. – № 2. – С. 541-554.
8. Дубовец Д. С. Проблема сохранения трудовых ресурсов на севере Российской Федерации / Д. С. Дубовец // Регион: экономика и социология. – 2012. – № 3. – С. 96-107.
9. Головкин С. Н. Организационные и экономические методы в управлении охраной труда: автореф. дис. ... канд. экон. наук.: 08.00.05 / Головкин Сергей Николаевич. – М., 2001. – 23 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ЗАНЯТОСТИ И ПОТРЕБНОСТЕЙ В КАДРАХ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Воробьева О.Г.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
vorobiova_olga54@mail.ru

Введение. Понятие «занятость населения» экономисты определяют как совокупность экономических отношений, характеризующих взаимосвязи между людьми по созданию материальных благ. Занятость отражает насколько трудоспособное население обеспечено рабочими местами.

На этапе становления ДНР как отдельного государства политика занятости занимает особое место. В период военного конфликта часть граждан ДНР оказались в трудной жизненной ситуации, утратили либо работу, либо значительную часть своего заработка, поэтому рассмотрение государственной политики в сфере занятости со всевозрастающей очевидностью входит сегодня в число приоритетных направлений модернизации страны.

На сферу занятости и рынок труда оказывают влияние три основных субъекта: государство (прежде всего через законодательную, а также исполнительную власть), государственная служба занятости (прежде всего ее местные органы), работодатели (предприниматели, администрация предприятий и организаций). Развитие экономики требует трансформации политики занятости, постоянной корректировки социально-трудовых отношений, что особенно актуально в условиях нестабильной политической ситуации, в которой находится республика. Без активного участия государства невозможно решение проблем в сфере занятости

В литературе существует множество исследований, посвященных различным аспектам занятости, в том числе, работы зарубежных классиков экономической мысли и российских ученых, это работы: Л. Вальраса, Дж. Кейнса К. Маркса, А. Маршалла, В. Ойкена, А. Пигу, А.О. Вереникина, М.И. Воейкова, В.Е. Гимпельсона, И.Е. Заславского, А.Э. Котляра, Т.М. Малевую, И.С. Маслоу, Ю.Г. Одегова, Ф.Т. Прокопова, А.А. Ткаченко, Т.Я. Четвернину и др. Но в имеющихся публикациях, отражающих проблему политики занятости, недостаточно изучены различные аспекты в данной области в период становления нового государства.

Целью данного исследования является определение основных направлений решения проблемы занятости в Донецкой Народной Республике.

Основная часть. Правовую основу регламентации отношений, возникающих в сфере занятости и трудоустройства, гарантирует Конституция Донецкой Народной Республики, а также Закон о занятости, который был принят постановлением Народного Совета 29.05.2015 (*с изменениями,*

внесенными Законом от 09.06.2019 г. № 106-ІНС). Настоящий Закон определяет правовые, экономические и организационные основы государственной политики содействия занятости населения, в том числе гарантии государства по реализации конституционных прав граждан Донецкой Народной Республики на труд и социальную защиту от безработицы. На сегодняшний день в ДНР существует большое количество социальных и экономических проблем. Однако наиболее важной является проблема занятости населения, так как она имеет тесную связь с людьми, производством и охватывает все сферы деятельности населения. В связи с началом военных действий, в результате которых образовалась нестабильная политическая обстановка, в республике были закрыты многие промышленные предприятия, что повлекло за собой рост безработицы.

В результате вынужденной бездеятельности у значительной массы трудоспособного населения и каждого человека в отдельности развивается жизненная депрессия, а также теряется квалификация и практические навыки; снижаются моральные устои, теряется самоуважение, растет преступность, а также социальная напряженность в обществе, которая характеризуется повышением числа самоубийств, распадаются семьи, появляется риск психических и сердечно-сосудистых заболеваний. В конечном итоге подрывается и физическое здоровье общества. В связи с потерей работы многие семьи оказываются за чертой бедности.

По данным Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики на конец июля 2020 г. на учете состояло 9,6 тыс. человек, ищущих работу. Из них 29,7 %, или 3,1 тыс. человек, – молодежь в возрасте до 35 лет, 50 %, или 4,8 тыс. человек, – женщины. Количество вакансий, заявленных работодателями в центры занятости, на конец июля 2020 г., составило 14 тыс.ед. На 10 свободных рабочих мест (вакансий) на конец июля 2020 г. претендовало 7 незанятых трудовой деятельностью граждан, состоящих на учете в центрах занятости республики. Наибольшая потребность в рабочей силе наблюдалась на квалифицированных рабочих с инструментом (29,5 % от общей численности заявленных вакансий), профессионалов (20,9 %) и специалистов (15,7 %). Власти ДНР разрабатывают план формирования государственного заказа и порядка трудоустройства выпускников учреждений высшего и среднего профессионального образования. Правительству ДНР поручено разработать дорожную карту формирования государственного заказа, порядок трудоустройства выпускников, учитывая при этом потребности предприятий республики, предусмотреть вопрос отработки выпускниками на предприятиях в указанном порядке. Данную задачу можно решить лишь общими усилиями и при взаимной заинтересованности и сотрудничестве.

Значительную роль в снижении уровня безработицы играет переобучение кадров, т.е. получение второй профессии. Ежегодно из числа выпускников каждый четвертый становится потенциальным кандидатом на

переобучение, в том числе получения рабочей профессии, более востребованной на рынке труда. Кроме того, пятая часть молодых людей увольняется из-за неудовлетворенности профессией, характером труда уже в первый год работы после окончания учебного заведения.

Таким образом, в связи с тем, что безработица является глобальной макроэкономической проблемой страны и показателем нестабильности, наше государство должно предпринимать серьезные и своевременные меры для решения этой проблемы.

Заключение. Сфера занятости является одной из важнейших сфер макроэкономики. Любое государство заинтересовано в высокой занятости рабочей силы. Однако ни одно общество не способно обеспечить всех работоспособных работой. Полная занятость достигается тогда, когда спрос на рабочую силу совпадает с ее предложением, следовательно это цель, к которой необходимо стремиться. Но это мимолетное явление, которое постоянно будет нарушаться из-за изменений потребностей общества, структуры производства.

Для Донецкой Народной Республики нужна уже не просто занятость, а занятость эффективная, поэтому правительству необходимо проводить экономические реформы, которые будут формировать рынок труда, регулируемый сбалансированностью спроса и предложениями рабочей силы. И основан он должен быть на исключительном праве человека распоряжаться своими способностями к труду. Необходимо также отметить, что в период развития нового государства нельзя игнорировать опыт работы в сфере занятости населения других стран, прежде всего с развитой рыночной экономикой, так как оно позволит избежать повторения тех ошибок, которые допускались ранее другими странами и разработать специфические концепции защиты труда, которые отвечают требованиям развивающегося государства. Такое изучение крайне полезно, т.к. сущность взаимоотношений наемных работников и работодателей в принципе везде одинакова.

Список литературы

1. Азимова М.Т. Современный рынок труда и проблемы его функционирования / М.Т. Азимова // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – Т. 12. – № 1. – С. 7-13.
2. Экономика управления персоналом / Л.И. Васильцова, Н.А. Александрова, С.В. Радионова, Е.А. Скворцов. – Екатеринбург, 2018. – С. 165.
3. Республиканский центр занятости ДНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rcz-dnr.ru>.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ РАБОТНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Ганич Л.В., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

lud.ganich@yandex.ru

Введение. Человек не может достичь ни одной намеченной цели, не может реализовать ни один способ действия, если при этом одновременно не включается его способность к труду, т. е. его работоспособность. Каждый работник стремится обладать высочайшей интеллектуальной работоспособностью, чтобы быстро и эффективно выполнять производственные нагрузки, успешно и благополучно решать всевозможные проблемы [1].

Работоспособность определяет количественную сторону тех преобразований, которые совершает человек над предметами, явлениями, понятиями и т.д., т.е. определяет количество того специфического, которое является результатом его профессиональной деятельности.

Вопросы, касающиеся психологии труда, рассматривали такие ученые как: К.К. Платонов, В.Д. Шадрикова, А.В. Карпов, Н. П. Анисимова, Л. Ю. Субботина, Ю. П. Поваренков, В. Е. Орел.

Целью исследования является анализ психологических факторов, влияющих на работоспособность работников в организации, которые позволят дать рекомендации по повышению профессиональной активности работающих.

Основные результаты. На работоспособность работника в организации влияют психологические проблемы. Психология труда связана не только с изучением и обоснованием способов, методов и средств совершенствования труда, но и с изучением фундаментальных явлений психики человека (формирование предмета труда, механизмы государственного регулирования, роль личности, характеристики рабочего поведения, обучение профессиональным навыкам и др.).

Работоспособность человека – это способность поддерживать организм в оптимальном рабочем состоянии, чтобы максимизировать вклад в результат труда системы за счет физической или информационной работы [2].

Профессиональная деятельность отражает характеристики тех систем и функций человека, которые необходимы для выполнения профессиональных задач.

Существуют типичные психологические проблемы, которые вызывают внутриличностные конфликты:

- неправильный принудительный выбор профессии и места работы;
- несоответствие профессиональной квалификации уровням материального и морального поощрения;
- несоответствие идеального и реального имиджа профессии и самооценки личности.

Каждый конкретный вид трудовой деятельности реализуется определенным нормативно утвержденным (наиболее эффективным, экономичным) способом. В процессе освоения профессии человек превращает этот предписанный метод в индивидуальный, присущий только ему способ деятельности, отражая в нем свои личностные характеристики, в том числе психологические. Внутренней стороной овладения профессией является формирование, исходя из индивидуальных качеств субъекта труда, психологической системы деятельности как совокупности психических свойств, качеств субъекта труда, организованных для выполнения функций конкретной деятельности.

В каждой организации ДНР работают люди, которых объединяют общие цели: повышение эффективности производства, развитие компании в будущем, увеличение продаж и т. д. Взаимоотношения работников невозможны без столкновений с конфликтными ситуациями.

В организациях, в которых руководители не обращают внимания на конфликты и на их быстрое разрешение, ни одна комиссия не сможет найти способы их устранения и восстановления работоспособности персонала. Когда конфликтная ситуация уже возникла, необходим немедленный ответ лидера для изменения ситуации в рабочей группе и принятия правильных мер по ее устранению.

Один из симптомов недоверия подчиненных к руководству является сокрытие информации от начальника. Руководитель, как правило, последний узнает о намерении одного из своих подчиненных уйти, а также о других событиях в жизни подчиненных. Исследования показали, что до 85 % информации о подчиненных руководитель получает в виде жалоб и во время конфликтов.

Определим следующие эффективные способы улучшения механизмов управления конфликтами на предприятии:

- 1) развитие корпоративной осведомленности сотрудников компании;
- 2) мотивация персонала;
- 3) совершенствование основной подготовки специалистов по управлению предотвращением конфликтов;
- 4) алгоритмизация деятельности менеджера компании по управлению механизмами управления социальными конфликтами.

Наблюдаемое повышение уровня общей тревожности, напряженности, беспокойства у большинства людей происходит под влиянием значительного изменения производственных технологий и интенсифика-

ции социальных процессов. Особенно выражены такие эффекты воздействия на психику человека в следующих напряженных ситуациях: при развитии природных и техногенных катастроф и бедствий, аварий, социальных и профессиональных конфликтов, появлении в процессе трудовой деятельности сложных, ответственных и опасных заданий.

Негативные события приводят к ухудшению функционального состояния сотрудника, изменению личного статуса, нарушению профессионального потенциала и развитию психосоматических заболеваний.

Сегодня сотрудники по всему миру сталкиваются с серьезными проблемами, когда меняются организация работы и рабочие отношения. Им намного сложнее соответствовать требованиям профессиональной жизни.

Повышение профессиональной активности работающих происходит за счет:

- улучшения состояния здоровья работников и увеличения их средней продолжительности жизни при улучшении условий труда в организации, что также сопровождается увеличением профессионального опыта работников и их высокой трудовой активностью;

- повышения профессионального уровня вследствие роста квалификации и мастерства в связи с увеличением производственного стажа.

Выводы. Работоспособность в значительной степени выступает как индивидуальное качество, так как зависит от пола и возраста человека, состояния здоровья, степени профессиональных способностей и уровня подготовки.

Поддержание работоспособности сотрудников на должном уровне – одна из важнейших задач любого руководителя Донецкой Народной Республики. Ведь от работоспособности членов коллектива напрямую зависит результативность их труда, а значит, и эффективность бизнеса в целом.

Список литературы

1. Сердюк В. С. Эргономические основы безопасности труда: учеб. пособие для вузов / В.С. Сердюк, А. М. Добренко, Ю. С. Белоусова. – Омск: ОмГТУ, 2018. – 105 с.
2. Энциклопедия производственного менеджера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/>.

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ ПОДХОДОВ К МОНИТОРИНГУ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Гурьянов А.Б., канд. экон. наук, доц.

ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР

guru73yanov@yandex.ru

Введение. Для Донецкой Народной Республики важно наладить процесс мониторинга и прогнозирования развития рынка труда. Актуальность темы заключается в необходимости изучения зарубежного опыта мониторинга трудовых ресурсов и определения наличия элементов, которые возможно использовать в условиях ДНР.

Объект исследования я – подходы зарубежных стран к мониторингу трудовых ресурсов.

Цель – исследование моделей, которые используют зарубежные страны при мониторинге и прогнозе динамики трудовых ресурсов.

Основная часть. В большинстве стран с рыночной и плановой экономикой в качестве основного инструмента оценки трудовых ресурсов в качестве статистического стандарта принят баланс трудовых ресурсов [1]. Поскольку единой международной статистической нормы баланса не существует, то в международной практике присутствует разнообразие подходов к оценке потребности в трудовых ресурсах.

Рассмотрим подходы и статистические данные, применяемые в разных странах.

Во Франции, как и США, применяется количественный подход в оценки потребностей в трудовых ресурсах. Количественный подход – это использование показателей количественных показателей в определении потребности в трудовых ресурсах, например, количество свободных рабочих мест в экономике страны в целом, по отраслям и тому подобные. Прогнозирование потребностей в рабочей силе происходит на основе пятилетних планов.

Основные показатели, которые используют французские специалисты: количество рабочих мест; показатели объёмов производства; анализ динамических изменений структуры трудовых ресурсов.

Численность работающих в профессиональном разрезе на последний год планируемого пятилетнего периода рассчитывается как соотношение коэффициентов профессиональной структуры к общему объёму занятости. Затем с учётом демографической ситуации и профессиональной мобильности определяется потребность набора в систему образования.

В Великобритании кроме количественных показателей при определении потребности в трудовых ресурсах учитывают компетенции, которые будут востребованы на рынке труда. Этот подход включает в себя расчёт потребности в профессиональных кадрах через число работников в

профессиях по видам экономической деятельности с учётом влияния технологических инноваций на изменения в спросе на трудовые ресурсы. Для обработки данных используется Кембриджская мультисекторальная динамическая модель британской экономики (Cambridge Multisectoral Dynamic Model of the British Economy). Модель позволяет рассчитать потребность в трудовых ресурсах по 25 укрупнённым группам профессий в отношении к 50 отраслям экономики.

Основные источники данных: перепись населения, обзор статистики рабочей силы, статистические данные министерства образования и науки. В частности, это: уровень потребления, уровень инвестиций, уровень занятости, уровень цен, экспорт, импорт и другие показатели.

Для определения занятости по виду занятий используются модель профессиональной занятости (по профессиям) и модель изменения занятости (общий и дополнительный спрос) [2].

В Германии для определения потребности в трудовых ресурсах используют две независимые друг от друга модели.

Модель INterindustry FORecasting GERmany (INFORGE) разрабатывается в Институте исследований экономической структуры (The Institute of Economic Structures Research). Модель INFORGE позволяет определить занятость населения по профессиям и квалификациям, а также состояние предложений на рынке труда.

По мнению учёных [1, 2, 3], преимуществами данной модели является возможность определения потребности в трудовых ресурсах для 16 федеральных земель в разрезе 11 секторов экономики по 24 видам занятий. Главным недостатком специалисты считают невозможность учёта компетенций, необходимых для развития экономики.

Вторая модель, которую используют в Германии для определения потребности в трудовых ресурсах, это модель Ifo, которая разрабатывается Институтом исследования занятости (Institute for Employment Research). В данной модели соотносятся спрос и предложение рабочей силы. В результате обработки данных модель предоставляет информацию о тенденциях в потребности в трудовых ресурсах по 22 отраслям экономики, а также изменения в структуре профессиональной занятости в каждой из 22 отраслей экономики по 21 группе профессий.

Специалисты [2] отмечают, что недостатком модели Ifo является отсутствие эконометрического анализа изменений профессиональной структуры и невозможность просчитать различные сценарии предложения рабочей силы на рынке труда.

В странах Юго-восточной Азии – Китайской Народной Республике, Таиланде, Индонезии и других – на вооружение взята адаптированная австралийская модель MONASH. Эту модель отличает сложность, работа с большими массивами данных и прогноз на 7 лет.

Модель MONASH – макроэкономическая модель, направленная на определение совокупной величины занятости по отраслям экономики.

Базовая модель позволяет определять потребности в трудовых ресурсах для 56 регионов страны по 113 подотраслям экономики с детализацией по 282 профессиям.

В качестве исходных данных в модели MONASH используются данные переписи населения, балансовые таблицы «затраты-выпуск», а также многие другие статистические данные государственных структур и частных агентств.

В итоге после обработки данных с использованием данной модели на выходе получают данные о потребности в трудовых ресурсах по отраслям экономики с детализацией по 282 профессиям в соответствии с национальным классификатором занятости.

Специалисты [2] отмечают в качестве преимуществ данной модели интеграцию значимых факторов в единой модели; возможность моделирования различных сценариев развития рынка труда, способность модели учитывать технологические и социальные изменения высокая степень информативности, прозрачности и доступности модели; выводы о потребностях в трудовых ресурсах опираются на сценарии роста и макроэкономические показатели национальной экономики.

В качестве недостатков [2] учёные отмечают её сложность и большой массив параметров при моделировании.

Заключение. Опыт зарубежных стран нуждается в дополнительном изучении с учётом процесса интеграции Донецкой Народной Республики с Российской Федерацией. Баланс трудовых ресурсов как инструмент мониторинга может быть применён в условиях ДНР, однако этот вопрос нуждается в дополнительном изучении.

Список литературы

1. Дульзон С.В. Зарубежный опыт прогнозирования формирования и использования трудовых ресурсов / С.В. Дульзон // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. – 2012. – № 36-1. – С. 153-156. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-prognozirovaniya-formirovaniya-i-ispolzovaniya-trudovyh-resursov>.
2. Гуртов В.А. Модели среднесрочного прогнозирования спроса экономики на квалифицированные кадры / В.А. Гуртов, А.Л. Кекконен // Кадровик. Рекрутинг для кадровика. – 2010. – № 12 (4). – С. 58–56. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://openbudgetrf.ru/doc/80/>.
3. Храбров К.Г. Зарубежный опыт прогнозирования спроса на трудовые ресурсы / К.Г. Храбров // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2014. – № 1 (13). – С. 136-139. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-prognozirovaniya-sprosa-na-trudovye-resursy>.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ЗАКРЕПЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Елисеева Н.А., Заводчикова А.Е.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

volotko_na@mail.ru

Введение. В последние годы произошли значительные изменения в отношениях между работником и работодателем. В современном обществе молодые специалисты настроены на то, чтобы поработать в различных компаниях и достигать личного и профессионального роста на каждом этапе карьеры.

Основой любой современной организации, безусловно, являются люди, поскольку именно они определяют ее экономические показатели и конкурентоспособность. Вклад человеческих ресурсов в достижение целей организации и качество производимой продукции или предоставляемых услуг зависит в первую очередь от того, насколько эффективно проводится работа по подбору персонала

По этой причине перед руководством организаций возникла задача в построении новой модели закрепления персонала, которая имеет начало еще на этапе найма сотрудников и продолжается в построении рабочей среды, при которой будет раскрываться потенциал сотрудника, а его лояльность организации будет крепнуть.

Цель исследования – проанализировать методики закрепления персонала в организации.

Основная часть. Удовлетворенность потребностей работника – это ключевой показатель, на который должен опираться руководитель организации. Главной задачей руководителя является создание таких условий труда, при которых работнику будет комфортно выполнять свои обязанности и трудиться на благо организации [4, с. 127].

Согласно опросу компании Glassdoor HR-специалистов, посвященному удержанию персонала, только 24 % работников говорят, что оставаться на рабочем месте их мотивирует финансовая стабильность. 56% работников утверждают, что их мотивирует соцпакет, который предлагают в организации [1, с. 69].

Однако рассмотрение материальной мотивации и соцпакета как системы удержания персонала является признаком посредственного отношения к своим подчиненным. Эти составляющие несомненно важны, однако есть и другие способы удержать ценных сотрудников в организации.

Заинтересовывать работника следует еще на этапе формирования вакансии, то есть:

- по достоинству оценить сложность должности и указать заработную плату, которая будет считаться справедливой;

- представить ряд преимуществ работы именно в этой организации. Например, своевременная оплата труда, наличие премий за достижения и стаж работы, комфортные условия труда, дружный коллектив [3, с. 14].

Следует отметить, что работник будет дорожить своим местом, если руководитель будет прислушиваться к просьбам и потребностям своих подчиненных, а также принимать соответствующие меры [3, с. 15].

Грамотные руководители понимают, что для удержания ключевых специалистов им необходимо выходить за рамки традиционных методов мотивации и создавать мотивирующую рабочую обстановку, базирующуюся на непрерывном обучении и развитии персонала, а также способствовать карьерному росту своих специалистов [4, с. 153].

Для достижения положительного эффекта при использовании методик закрепления персонала следует также внедрить методы нематериальной мотивации, например:

1. Конкурс на лучшего «новичка». При вступлении в должность нескольких новых работников устраивать состязание, в котором можно будет увидеть, кто из них покажет лучший рабочий результат и быстрее вникнет в рабочую обстановку. При этом можно советоваться с остальными работниками, что сможет помочь «новичкам» и «старичкам» сплотиться.

2. Публичная похвала. Руководитель на общем собрании, при всем коллективе, объявляет о достижениях отдельного работника и выражает благодарность за вклад в развитие организации. Таким образом, работник будет чувствовать, что организация нуждается в нем.

3. Корпоративные праздники. Проведение внерабочих мероприятий играет большую роль в закреплении работников, так как это помогает сплотиться, тем самым улучшив социально-психологический климат в организации.

4. Знаки отличия за рабочий стаж. Присваивать различные бонусы (материальные и нематериальные) работникам, вносящим вклад в развитие организации 10-15 лет [5].

5. Давать работникам возможность принимать решения самостоятельно в отношении производственных задач, тем самым позволив им почувствовать причастность к организации.

6. Создать возможности для продвижения ключевых специалистов по карьерной лестнице и позволять совершенствовать их профессиональное мастерство.

В момент, когда ключевой специалист понимает, что перерос свою позицию, он начинает неохотно выполнять свои обязанности или теряет интерес к работе вовсе. Чтобы избежать этого, необходимо время от

времени вовлекать работника в сложные проекты, которые заставили бы его думать и принимать решения [1, с. 70].

Эффективными материальными методами закрепления персонала являются целевые доплаты, как например:

- за наставничество. Также наставничество – это отличный опыт, позволяющий работнику, почувствовать себя в роли руководителя;

- за участие в принятии решений по устранению кризисных ситуаций и иных проблемных зон для организации;

- за внесение новой идеи по оптимизации рабочего процесса [3, с. 16].

Заключение. В настоящее сложное кризисное время нечасто встречаются специалисты, прослужившие в одной организации десять и более лет, а на многих предприятиях наблюдается высокая текучесть кадров. Причин, по которым работники высвобождаются, огромное множество – начиная с несправедливой оплаты труда и до конфликтов в коллективе, недопонимания между работником и руководителем. Именно поэтому перед руководством стоит задача удержать высококвалифицированный персонал. Для этого необходимо выстроить эффективную систему закрепления персонала, используя различные методики, подходящие под разные по уровням группы работников.

Список литературы

1. Головнева И.В. Методы удержания сотрудников / И.В. Головнева // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2016. – № 7. – С. 68-75.
2. Ленская И.Ю. Стабилизация и удержание персонала: понятийный анализ / И.Ю. Ленская // Вестник Российской академии народного хозяйства и государственной службы. – 2016. – № 2. – С. 279-282.
3. Резанович Е.Е. Привлечение и удержание персонала в современных условиях / Е.Е. Резанович // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2019. – № 2. – С. 12-21.
4. Травин В.В. Основы кадрового менеджмента / В.В. Травин. – М.: Дело, 2013. – 336 с.
5. 7 важных стратегий удержания сотрудников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.talent-management.com.ua/5522-7-vazhnyh-strategij-uderzhaniya-sotrudnikov/>.

ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ИННОВАЦИОННО-АКТИВНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ибрагимхалилова Т.В., д-р экон. наук, доц.,
Балдынюк А.И.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
h.baldyniuk@donnu.ru

Введение. Быстро меняющиеся условия внешней среды вынуждают компании адаптироваться. Данное турбулентное состояние, а также факторы и условия, определяющие успех компании на рынке, в большей степени связаны с особенностью работы сотрудников, а качество работы персонала напрямую аффилировано с мотивацией на эту работу.

Мотивация труда для инновационно-активных предприятий выступает ключевым фактором результативности деятельности не только работника, но и предприятия в целом, так как через мотивацию закладывается фундамент трудового потенциала работника, т.е. всей совокупности свойств, влияющих на производственную деятельность.

В связи с этим вопрос изучения подходов к мотивации персонала инновационно-активных предприятий (ИАП) является весьма актуальным.

Вопросами исследования подходов к мотивации труда персонала занимались многие ученые: П. Абардийн, Дж. Дамблтон, П. Друкер, Д. Канеманн, Дж. Нейсбит, Т. Питер, Дж. Ронен, А. Тверски, Р. Уотермен, К. де Фриз и другие.

Целью исследования является систематизация подходов к мотивации персонала инновационно-активного предприятия.

Основные результаты. Любое предприятие, стремящееся к высоким показателям производительности труда, вынуждено искать стимулы для подчиненных. Что касается ИАП, представляющих собой предприятия, которые в течение последних трех лет осуществляют разработку инноваций, производя новую (усовершенствованную) продукцию, услуги, технологии с последующим их распространением и коммерциализацией и другие виды инновационной деятельности; инвестируют средства в проведение собственных исследований и обучение персонала; в рамках реализации инновационной деятельности развивают социальное партнерство с другими предприятиями и научно-исследовательскими организациями [1], мотивация приобретает первостепенное значение.

Выделяя специфические особенности ИАП в сфере управления персоналом, необходимо отметить следующие:

- особая система отбора кадров – помимо высоких требований к личным качествам каждого сотрудника особое внимание уделяется его

квалификации и определенным уровнем профессиональных и творческих способностей;

- наличие нестандартных категорий работников (новаторы-менеджеры, ученые-новаторы и пр.), которые довольно редко встречаются в классических организациях, но на ИАП данные категории сотрудников отвечают за реализацию инноваций и инновационных проектов (учеными-новаторами называют работников с высокой квалификацией, способных на выдвижение идей, а также принимать участие в процессе реализации инноваций);

- факт присутствия корпоративной инновационной культуры организации, благоприятствующей разработке инновационных проектов, инноваций и внедрению ноу-хау;

- появление в коллективе неформальных групп, наличие которых вполне естественно для любой организации, однако спецификой ИАП является придание таким группам статуса важности для зарождения в творческом коллективе созидательной конкуренции для получения продуктивных результатов [2].

В связи с вышеперечисленным, считаем, что достижение наилучших результатов в деятельности ИАП будет сопряжено с качественно выбранным подходом к мотивации персонала.

Именно мотивация, которая в нынешних (быстроизменяющихся) условиях рассматривается как динамическая система коммуницирующих между собой внутренних факторов (мотивов), направляющих ориентиры деятельности организации на достижение цели поведения человека [3], является драйвером, побуждающим работников трудиться с большей отдачей.

Общеизвестно, что в основе мотивации лежат потребности, желания и стремления людей. Таким образом, мотивированная деятельность – это действия человека, обусловленные внутренними побуждениями, направленными на достижение своих собственных целей.

На практике известны подходы к мотивации персонала, представленные на рисунке 1.

Важным составляющим аспектом мотивации персонала ИАП является внешняя мотивация, заключающаяся в использовании различных стимулов, применение которых осуществляется в виде материального и нематериального стимулирования.

Ее отличительной особенностью и обязательным условием является то, что все используемые методы должны быть обращены на внутреннюю мотивацию, то есть работник должен видеть удовлетворение своих потребностей в саморазвитии.

Мотивации персонала должна способствовать достижению целей организации и ее работников, но в тоже время формировать социально-психологический эффект мотивации, который обуславливает эффективное управление.



Рис. 1. Подходы и их элементы к мотивации персонала инновационно-активных предприятий

Заключение. Таким образом, мотивация персонала инновационно-активных предприятий должна базироваться на создании условий для раскрытия потенциала каждого работника в сочетании с организационными стимулами, а также выбора приемлемого мотивационного метода посредством оценки сложившейся реальной ситуации.

Список литературы

1. Мухамбетова Л.К. Теоретические подходы к трактовке инновационной активности предприятий / Л.К. Мухамбетова. – Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. – 2015. – Выпуск 2. – С.10-16.
2. Тищенко А.О. Особенности управления персоналом в инновационных организациях / Материалы Научной конференции «Ломоносовские чтения» 2012 года и Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2012» / Под ред. М.Э. Соколова, Г.А. Голубева, В.А. Иванова, В.И. Кузищина, Н.Н. Миленко, В.В. Хапаева. – Севастополь: ООО «Экспресс-печать», 2012. – 464 с.
3. Злышко О.В. Специфика мотивации персонала в современных условиях // Фундаментальные исследования. – 2009. – № 3. – С. 60-62.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ И КАДРОВОЙ РАБОТЫ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ

Иванова Е.Ю., канд. ист. наук, доц.,

Машенцева Н.Г., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,

г. Тамбов, РФ

kafedra_kadr.uprava@mail.ru

Введение. Вектор эффективного достижения намеченных целей органа государственной власти и управления в должен изначально исходить от руководителя. Но действия одного или нескольких руководителей разного уровня не могут определять качество функционирования исполнительного органа в целом. Здесь необходим приток свежих взглядов и мнений.

В традиционной российской бюрократической системе управления не хватает инициативы «снизу» [1]. Подчиненные стремятся к четкому и регламентированному исполнению возложенных на них функций, несмотря на то, что они как специалисты в вопросах своей непосредственной деятельности разбираются зачастую лучше начальства. Госслужащие высказывают мнения и предложения по необходимости, поскольку о том, что инициатива наказуема, как замечено в поговорке, не забывают многие. Известно, что руководство определяет направление развития организационной структуры учреждения, но у многих служащих есть собственное мнение по поводу организации работы, качества реализации управленческих решений, стратегии развития организации, и они порой могут предложить и инновационные подходы, и неординарные средства решения возникающих проблем.

Цель исследования – обозначить перспективные направления организационной и кадровой работы в органах власти и управления, имеющие практическую ценность, что позволило бы повысить эффективность управления, контроля и оценки персонала, а также планировать и прогнозировать развитие системы госслужбы.

Основная часть. Для совершенствования кадровой и организационной работы госслужащих в органах власти необходимо внедрять демократический стиль управления, который позволит:

- высказываться сотрудникам по поводу актуальных проблем, что позволит диагностировать не только отношение персонала организации к ситуации, но и принимать эффективные решения;

- проводить обсуждения злободневных вопросов, обнародовать различные рекомендации, и реализовывать оптимальные;

- изучать и измерять уровень удовлетворенность работой, инновационного мышления, знаний и ответственности служащих;
- анализировать социально-психологический климат корпуса госслужащих, что повысит эффективность управления персоналом;
- рационализировать современные безопасные требования к качественной организации труда.

Совершенствование требований к организации работы должно проводиться не только «сверху вниз», но и «снизу вверх». Это позволит провести необходимую модернизацию и совершенствование труда, повысит качество работы, улучшит и облегчит контроль за подчиненными и даст госслужащим ощущение причастности к принятию решений [2].

Среди перспективных направлений организационной и кадровой работы в органах власти и управления можно выделить следующие:

- внедрение современных подходов к оценке критериев эффективности деятельности служащих;
- систематизация процесса обучения, переобучения, повышения квалификации служащих и формирование их индивидуальных планов профессионального развития;
- уход от формального характера оценки персонала учреждения;
- повышение уровня научно-методического обеспечения работы с персоналом органа власти и управления;
- совершенствование требований к повышению эффективности труда служащих;
- повышение эффективности использования кадрового резерва организации;
- учет социально-психологических аспектов личности служащего.

Внимание к этим направлениям позволит структурировать и оптимально организовать кадровую работу органа власти и управления.

Для повышения эффективности деятельности государственных органов и совершенствования их кадрово-организационной работы можно предложить ряд рекомендаций, направленный на модернизацию механизмов кадровой работы:

- проведение внутреннего и внешнего кадрового аудита, который позволит провести качественную оценку системы управления и кадрового потенциала, диагностировать структуру взаимодействий персонала государственного органа власти;
- совершенствование механизма работы по повышению качества подготовки госслужащих с использованием ресурсного потенциала вузов, что позволит создать условия для оптимального использования возможностей системы профессионального образования в формировании кадрового потенциала региона в соответствии с его экономическими и социальными задачами;

- проведение ревизии имеющегося кадрового резерва и осуществление соответствующего обновления, так как в условиях нехватки высококвалифицированных управленческих кадров вопрос о создании кадрового потенциала органов власти и управления путем формирования резерва управленческих кадров особенно актуален;

- формирование требований к совершенствованию организации труда для оптимизации требований и учету особенностей кадровой работы организации;

- оценка социально-психологического климата организации для предупреждения конфликтных ситуаций, снижения «текучести» кадров, повышению удовлетворенности работой и, как следствие, созданию эффективно функционирующего корпуса госслужащих;

- анализ кадрового потенциала сотрудников, что позволит регламентировать контроль за исполнителями, отладить систему профессионального образования служащих, создать центры оценки профессионализма служащих, гарантировать равные права служащим;

- поощрение саморазвития персонала, что окажет положительное воздействие на эффективность труда, повысит уровень знаний и умений сотрудников, позволит укрепить заинтересованность служащих в работе.

Для каждого из оговоренных условий и параметров необходимо создавать базу для реализации, условия функционирования, и уже на этих стандартах осуществлять совершенствование управленческой системы, «для чего требуется значительная оптимизация деятельности всех управленческих структур» [3].

Заключение. Все вышеизложенные рекомендации могут иметь практическую ценность. Они позволят повысить эффективность управления, контроля и оценки персонала, облегчить организационную работу и не только планировать, но и прогнозировать развитие корпуса госслужащих. А это означает четкую регламентацию труда, отлаженность и эффективность работы, повышение ответственного отношения к выполняемым функциям и задачам, что окажет влияние на качество функционирования органов власти и управления.

Список литературы

1. Жукова А. Роль муниципальной администрации в решении проблем местного самоуправления / А. Жукова, Е.Ю. Иванова // Основные тенденции развития государственного управления и местного самоуправления в РФ. – Тамбов, 2016. – С. 57-65.
2. Иванова Е.Ю. Особенности компетентностного подхода на госслужбе / Е.Ю. Иванова // Ученые записки Тамбовского регионального отделения Вольного экономического общества России. – Тамбов, 2015. – С. 30-36.
3. Выжимова Н.Г. О некоторых аспектах развития системы образования в г. Тамбове / Н.Г. Выжимова, Е.Ю. Иванова // Ученые записки Тамбовского регионального отделения Вольного экономического общества России. – Тамбов, 2015. – С. 5-14.

КОУЧИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Карпенко Н.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
n.karpenko@donnu.ru

Введение. В среде современных российских управленцев рассуждения на тему о том, что человеческий ресурс – это ресурс, приоритетно определяющий устойчивое развитие компании, становятся все менее популярными. Очевидно, что непростой и длинный путь от уверенности в том, что успех бизнеса определяют, в первую очередь, правильно разработанная стратегия, грамотное управление финансами, современные технологии, совершенные бизнес-процессы, хорошо отлаженные системы дистрибуции, до осознания приоритетной важности в любом бизнесе именно так называемого «человеческого фактора» многими лидерами российского бизнеса уже пройден.

В настоящее время коучинг имеет ряд технологий, которые обеспечивают более успешную реализацию функций управления. Среди них можно выделить деятельность, направленную на развитие корпоративной культуры и поддержание корпоративного духа, сертификацию, обучение, адаптационные меры по улучшению новичков, работу с резервами, и это далеко не полный перечень мероприятий, направленных на успешное развитие и координацию организации. Современный руководитель должен открывать для себя новые стили лидерства, которые обеспечивают высокую производительность сотрудников, стремление к достижению организационных целей. Подавляющее большинство генеральных директоров готовы инвестировать в развитие персонала, и в качестве основного определяющего элемента системы управления управленческий персонал оказывает решающее влияние на его формирование и совершенствование.

Целью исследования является изучение коучинга как составной части процесса обучения персонала предприятия.

Основная часть. Свое развитие коучинг получил в Соединенных Штатах Америки в 1974 году, и его основной задачей являлось развитие у человека, занимающегося профессиональной деятельностью, чувства ответственности и самосознания.

На данный момент не существует единого определения коучинга, в чем заключается его уникальность.

Тимоти Голви, автор концепции внутренней игры, которая лежит в основе коучинга, определяет его как искусство создания с помощью беседы и поведения среды, которая облегчит движение человека к его желаемым целям [2].

Первой книгой на русском языке по коучингу стал труд А. Д. Савкина и М. А. Даниловой [5], которая говорит о том, что коучинг по своей сути не является тренерством, наставничеством или психотерапией. Хотя можно найти области пересечения с любым из названных понятий. Особенно если говорить о принципах.

Как и любая методика, коучинг включает в себя ряд задач, реализация которых предполагает раскрытие его сущности:

1. Выход из проблемной ситуации человека с использованием следующих инструментов: эффективные вопросы, внимательное слушание, обучение и совместного поиска жизненного баланса.

2. Принятие человеком самостоятельного решения.

3. Раскрытие потенциала индивида.

4. Повышение мотивации у клиента.

В процессе коучинга эффективно сочетаются два принципа: принцип осознанности и принцип ответственности. В том случае, когда человек соблюдает принципы коучинга, он чувствует себя свободным. Свобода проявляется именно тогда, когда человек полностью осознает свои желания и устремления, определяет для себя, на каком этапе он находится на пути к достижению своей цели, выбирает из всего разнообразия путей свой собственный, с помощью которого он достигнет намеченной цели [4].

В работе «Управление персоналом организации» А.В. Дейнека рассматривает различные виды коучинга (табл. 1).

Таблица 1

Виды коучинга для организации (составлено авторами по источнику [3])

Виды коучинга	Характеристика
Индивидуальный коучинг	проводится консультантами из других организаций, обычно, для людей, которые занимают руководящие должности и менеджеров.
Управленческий коучинг	как управление персоналом, направлен на развитие организации, повышению эффективности работы сотрудника
Системный коучинг	подобен групповому, но он нацелен на группу людей, между которыми есть функциональные связи в целях рационализации взаимодействия, своевременно разъяснять критические моменты, принимая во внимание интересы организации в целом и ее специфики для каждой иерархической ступени.
Коучинг для отдельного проекта	предусматривает, например, образование группы исполнителей.
Групповой коучинг	ориентирован больше на группу лиц без каких-либо функциональных взаимосвязей.

Следует отметить, что коучинг характеризуется направленностью на формирование у обучающегося ориентации на саморазвитие. При этом разрабатываются методические приемы и возможности реализации внут-

ренного потенциала человека. Коучинг является новым этапом развития тренинга, консультаций и других смежных отраслей. Одно из самых важных преимуществ коучинга – предоставление возможности дополнения существующего стиля управления и повышение его эффективности.

Заключение. Таким образом, можно добавить лишь то, что коучинг – это длительный, кропотливый и сложный труд, долгая совместная работа коуча и слушателя. Индивид сможет развиваться лишь тогда, когда самостоятельно будет прикладывать максимальное количество усилий для определения и практического решения поставленных задач.

Сегодня коучинг набирает обороты. Однако из-за незнания предмета обучение часто приравнивается к психотерапии, психоанализу или психологии, что создает негативные ассоциации среди потенциальных слушателей.

Внедряя технологию коучинга в организацию, руководитель получает мобилизованный персонал, способный своевременно найти решение для поставленных задач, а также быстро и легко адаптироваться к изменениям.

Также можно отметить, что эффективность применения коучинга доказана на практике: люди достигают поставленных целей и получают уверенность в том, что выбранное ими направление развития является верным, что и способствует профессиональному росту в современном мире бизнеса.

Список литературы

1. Богатырева М. Р. Коучинг как метод управления персоналом / М. Р. Богатырева, Р. Р. Гильманова // Проблемы и перспективы развития экономики и управления: материалы Междунар. научно-практ. конф. (Прага, 3-4 декабря 2013 г.). – Прага: Vědeckovýdatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013. – Ч. 1. – С. 27.
2. Голви Т. Работа как внутренняя игра: Раскрытие личного потенциала / Т. Голви. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 417 с.
3. Дейнека А. В. Управление персоналом организации: учебник / А. В. Дейнека. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 288 с.
4. Коноплева Г. И. Коучинг как основа развития персонала в условиях инновационной среды / Г. И. Коноплева, А. С. Борщенко // Научный журнал Современные наукоемкие технологии. Раздел Экономические науки. – 2013. – Ч. 2, № 10. – С.190–191.
5. Савкин А. Коучинг по-русски – смелость желать / А. Савкин, М. Данилова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trening-spb.com/Savkin%20A.doc>.

БЕЗРАБОТИЦА КАК ЭЛЕМЕНТ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТРУДА

Ковтун Е.В.

ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР

elena.kovtun@bk.ru

Введение. Сфера занятости – важная и многогранная область экономической и социальной жизни общества. Она охватывает как рынок труда, так и его прямое использование в общественном производстве. На рынке труда оценивается стоимость рабочей силы, определяются условия ее трудоустройства, в том числе размер заработной платы, условия труда, возможность получения образования, профессионального роста, гарантии занятости и т.д. На рынке труда отражаются основные тенденции в динамике занятости, ее основных структурах, то есть в общественном разделении труда, а также мобильности рабочей силы, масштабах и динамике безработицы. Безработица – это макроэкономическая проблема, которая имеет самое прямое и сильное влияние на каждого человека. Потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и наносит серьезную психологическую травму. Поэтому неудивительно, что проблема безработицы часто является предметом политических дискуссий. Полная занятость – это цель, к которой нужно стремиться. Это достигается, когда спрос на рабочую силу совпадает с ее предложением. Но это мимолетное явление, которое постоянно будет постоянно нарушаться из-за изменения потребностей общества, структуры производства. К. Маркс различал три формы безработицы: текущую, скрытую и застойную. Он объяснил периодическое отталкивание и перенаселенность рабочей силой текущим, а аграрное перенаселение – скрытым. Длительная безработица – это застойная безработица, время от времени чередующаяся со случайной работой и крайне низким заработком, что почти полностью приводит к потере трудовой мотивации, люмпенизации и криминализации населения трудоспособного возраста [1].

Цель исследования – изучение и анализ проблемы безработицы и пути ее преодоления, рассмотрение возможностей совершенствования, развития занятости на рынке труда.

Основная часть. Безработица – это социально-экономическое явление, при котором в стране есть люди, которые могут и хотят работать по найму при нынешнем уровне заработной платы, но не могут найти работу по своей специальности или найти работу в целом. Важно не путать безработных и неработающих. Безработный – это человек трудоспособного возраста, который хочет трудиться и ищет работу, однако пока ее не нашел. А вот к числу неработающих относятся те, кто не имеет

работы и не ищет ее: студенты, пенсионеры, родители в отпуске по уходу за детьми, домохозяйки и так далее. Безработица для человека, неспособного найти работу, – абсолютное зло. На индивидуальном уровне она означает потерю дохода, потерю квалификации и снижение шансов найти престижную работу в будущем. Более подробная информация о причинах безработицы представлена в табл.1.

Таблица 1

Причины безработицы

Вид	Причина возникновения
Фрикционная	Переход с одного места работы на другое или первичный поиск работы
Сезонная	Для некоторых профессий существует проблема занятости в определенное время года
Структурная	Заккрытие устаревших предприятий или структурные преобразование сопровождаются сокращением числа мест
Циклическая	Рынок переживает спады и подъемы. Период от спада до подъема – цикл. Спад производства всегда приводит к закрытию многих предприятий, к сокращению и увольнению работников

Фрикционная и структурная безработица увеличивает естественный уровень безработицы. Уровень естественной безработицы считается нормой в современной экономике. Но циклическая безработица – это уже кризисное явление, с которым государство должно бороться. Парадоксально, но безработица имеет и положительные последствия: формирует мобильный резерв рабочей силы; сдерживает необоснованные требования повышения заработной платы, снижает уровень инфляции; повышается трудовая мотивация сотрудников. Однако, ученые пришли к выводу, что полное искоренение безработицы невозможно и даже полезно иметь естественный уровень безработицы это помогает поддерживать необходимую конкуренцию на рынке труда, но если безработица превышает естественный уровень то это может стать причиной серьезных социальных конфликтов иметь негативные экономические и социальные последствия – экономические потери: несозданный продукт, а значит – снижение общего уровня производственных благ; сокращение потребительского спроса; потери возможного подоходного налога с заработной платы. Правительство должно уделять большое внимание борьбе с безработицей. В конце концов, эти проблемы вызваны экономическими предпосылками на уровне государства. К ним относятся следующие меры: повышение квалификации сотрудников или их переподготовка; создание новых рабочих мест, включая организацию общественных работ, открытие новых предприятий и восстановление старых производств; содействие в регистрации на постановку на учет и помощь в трудоустройстве в центрах занятости; в целях сохранения рабочих мест, поддержке предприятий, а также поддержки развития малого и среднего бизнеса; контроль за обоснованием увольнения,

особенно для наиболее уязвимых групп (люди с небольшим профессиональным опытом, в определенном возрасте, матери с детьми); выплата пособий по безработице; финансовая поддержка тем предприятиям, где планируется массовое увольнение с целью сохранения рабочих мест; введение налоговых льгот для тех предприятий, которые принимают на работу наименее защищенные слои населения (инвалиды, многодетные матери, молодежь); перераспределение рабочих мест в пользу местного населения перед прибывающими гражданами [1].

Что касается выплаты пособий, минимальное пособие по безработице смогут получать только те граждане, у которых нет подтвержденного дохода; нет достаточного стажа по прежнему месту работы; прежнее трудоустройство было официальным. Государство также должно рассмотреть вопрос о дополнительной поддержке субъектов предпринимательской деятельности, потерявших бизнес и официально признанные безработными. Другими словами, проблема безработицы очень актуальна, государство не всегда идет на помощь своим гражданам, потому что все эти меры могут быть прописаны в законе, но не соблюдаются. Поэтому поиск и выбор рабочего места всегда стоит перед самим человеком. Настойчивость и последовательность в действиях обязательно окупятся в поиске достойной работы.

Заключение. Экономические и социальные последствия безработицы указывают на то, что это довольно опасное явление для общества и личности, требующее активной политики занятости, направленной не только на устранение последствий безработицы, но и на профилактику и предотвращение ее неконтролируемого роста сверх минимально допустимого уровня. Именно безработное население составляет резерв, необходимый для нормального функционирования экономики страны. Безработица – огромная проблема, от которой экономика страны получает отрицательные последствия не только социальные, но и крупные экономические. Данная проблема, как показало предлагаемое исследование, является неотъемлемой чертой рыночной экономики. Подводя итог, можно сказать, что есть способы и пути искоренить безработицу или свести ее к минимуму, и если подойти к этой проблеме более грамотно, можно решить эту проблему с минимальными затратами.

Список литературы

1. Азимова М.Т. Современный рынок труда и проблемы его функционирования / М.Т. Азимова // Социально-экономические явления и процессы. – 2017. – Т. 12. – № 1. – С. 7-13.
2. Занятость населения и её регулирование: учеб.пособие / П.А. Чукреев, Е.Е. Корытова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2015. – 212 с.

ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Колесниченко Е.А., д-р экон. наук, проф.,

Якунина И.Н., д-р экон. наук, проф.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»,

г. Тамбов, РФ

ekolesnichenko@live.ru

Введение. В последние годы в государственных структурах Российской Федерации достаточное внимание обращается на создание нормативно-правовых актов, которые направлены на совершенствование государственной службы различных видов и уровней. Но для того, чтобы оптимизировать показатели результативности труда госслужащих, необходимо усовершенствовать принципы, формы и методы стимулирования и мотивации труда госслужащих, что также вызовет усиление научно-методического обеспечения решения данных проблем. Именно поэтому изучение данной темы можно считать важным и актуальным.

Целью данного исследования является предоставление систематизированных выводов о выявленных особенностях стимулирования государственных гражданских служащих.

Основная часть. В настоящее время выделяются следующие виды и категории должностей государственной гражданской службы в России (рис. 1) [1]. Материальные выплаты работникам на государственной гражданской службе имеют сложную структуру, закрепленную на законодательном уровне. Она включает в себя оклад денежного содержания (должностной оклад и оклад за классный чин), различные ежемесячные и дополнительные выплаты, установленные Федеральными законами и иными нормативно-правовыми актами Российской Федерации и субъектов Российской Федерации. К дополнительным выплатам могут относиться как разного рода финансовые поощрения, так и методы материального стимулирования. Помимо денежного содержания наше законодательство предусматривает различные нематериальные стимулы [2]

Одним из необходимых условий механизма стимулирования госслужащих, является поддержание нормального психофизиологического климата в государственном органе. Оценка психофизиологической обстановки в организации складывается из показателей удовлетворенности или неудовлетворенности госслужащих основными критериями своей профессиональной деятельности и состояние своих взаимоотношениями с коллегами и руководством. Как показывает практика, высокая удовлетворенность работников способствует благоприятному влиянию на работу, улучшает заинтересованность у работника к своей профес-

сиональной деятельности и организации, способствует росту трудовой и исполнительской дисциплины.

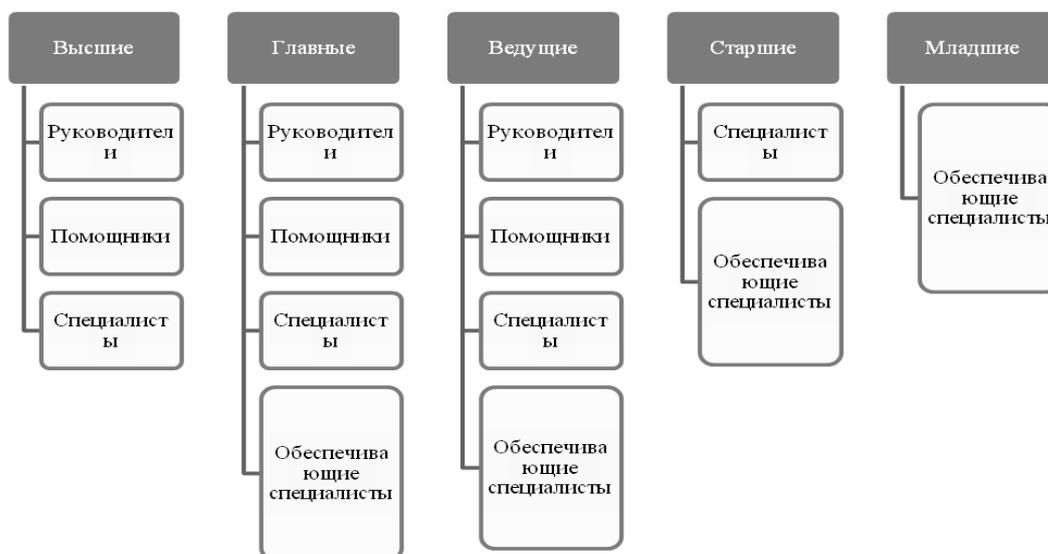


Рис. 1. Группы и категории должностей государственной гражданской службы Российской Федерации

Существующая в настоящее время система оплаты труда госслужащих мало соответствует современным методам управления и имеет ряд недочетов, таких как: отсутствие взаимозависимости между результатами труда госслужащего и общим социально-экономическим развитием страны (региона, муниципалитета); недостаточное стимулирование государственного служащего к сознательному, целенаправленному исполнению должностных обязанностей способствует снижению заинтересованности к работе и недостаточному привлечению на госслужбу квалифицированных кадров.

Вышеперечисленные проблемы порождают сознательное использование государственными служащими своих физических и умственных способностей не в полной мере. Направления совершенствования стимулирования государственных гражданских служащих определены в распоряжении Правительства [3]. В данном документе обозначено четыре направления совершенствования стимулирования гражданских служащих, нацеленных на повышение эффективности их профессиональной деятельности и развитие всей системы.

1. Усовершенствовать порядок проведения аттестации гражданских служащих. Планируется сформировать единые методологические подходы к проведению аттестации гражданских служащих. Ответственным исполнителем выступает Минтруд России.

2. Создать нормативно-правовую базу, которая необходима для совершенствования практики проведения экспериментов, которые направлены на развитие гражданской службы. Для реализации этого направления планируется создавать правовые и организационные условия

для проведения экспериментов. Ответственным исполнителем также является Минтруд России.

3. Осуществление мониторинга эффективности кадровой работы в государственных органах. В данном случае планируется ежегодно предоставлять доклад о состоянии гражданской службы: анализ законодательства и правоприменения; оценка эффективности кадровых технологий; характеристика и динамика изменений кадрового состава.

4. Развивать систему социальных гарантий на гражданской службе. Для этого целесообразно пересмотреть и усовершенствовать перечень составляющих материального вознаграждения гражданских служащих, что должно быть сделано без уменьшения его величины. Также планируется совершенствование условий и порядка назначения и выплаты пенсий за выслугу лет для гражданских государственных служащих. Ответственными исполнителями являются Министерство труда РФ и Министерство финансов РФ.

Заключение. Результаты проведенного исследования показали, что для многих специалистов в работе важен фактор «прозрачности». Чем лучше госслужащий ознакомлен и проинформирован о состоянии дел в государственном органе и чем понятнее ему основные цели организации, тем он больше прилагает усилий к работе. Также предлагается усовершенствовать процесс оценки эффективности профессиональной деятельности каждого служащего и сделать систему материального стимулирования более справедливой и прозрачной, что позволит исключить фактор симпатии или антипатии при принятии решения о премировании сотрудников и увеличит влияние результатов его работы на данный процесс. Данный способ представляется возможным за счет внедрения на государственную службу эффективного контракта.

Список литературы

1. Федеральный закон «О системе государственной службы Российской Федерации» от 27.05.2003 № 58-ФЗ. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/185886/>.
2. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 № 79-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48601/.
3. Распоряжение Правительства РФ от 24.07.2019 № 1646-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по реализации основных направлений развития государственной гражданской службы Российской Федерации на 2019 - 2021 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72247380/>.

ЦИФРОВОЙ НОМАДИЗМ, КАК ПРОФЕССИЯ БУДУЩЕГО

Коржова Д.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный медицинский университет им. М.Горького»,

г. Донецк, ДНР

darya.korzhova.1984@mail.ru

Введение. Актуальность исследования обусловлена тем, что вне зависимости от каких-либо парадигмальных рамок реальная ситуация такова, что наиболее характерным для XXI века становится стремление индивида не к оседлому образу жизни и удаленной работе в стационарном электронном коттедже, как предсказывали многие футурологи XX в., а к максимальной географической мобильности и постоянной подключенности к Сети. При этом в качестве рабочего места им используется множество различных точек глобального гибридного сетевого пространства. Отсюда цифровой номадизм как глобализующееся явление сетевого информационно-коммуникативного общества приобретает все большую актуальность в качестве предмета исследования.

Цель данного исследования – рассмотреть цифровой номадизм, как профессию будущего.

Основная часть. Наиболее острыми проблемами современного рынка труда является соответствие высоким темпам изменений в обществе и развитие людей как субъектов социального творчества, личностей с высоким уровнем интеллектуальной и социальной ответственности. Любая модель рынка труда должна быть направлена на эффективность и ориентирована на результат. Все эти факторы указывают на первостепенную важность доступности и вариативности форматов на рынке труда. Интеграция цифровых технологий в традиционный рынок труда позволяет сделать его более персонализированным, соответствующим принципу индивидуализации субъектов.

Особенность реальности в XXI веке состоит в том, что она формируется на фоне процессов глобализации, которые оказывают значительно влияние на рынок труда [1].

Целый ряд предпосылок – экономических, технологических, политических и других – на порядок повышают уровень мобильности жителей всего мира.

В условиях реальности и повсеместного прогресса цифровых технологий, независимо от мотивов, которые руководят человеком при смене места пребывания, его всегда сопровождают мобильные технологии. А появление новых возможностей и форматов коммуникации, которые становятся возможны благодаря развитию социальных медиа и приложений, приводят к тому, что теперь люди, выбравшие для себя путь

переезда в другую страну, не выпадают из своей социальной сети, как это было в доцифровую эпоху, а могут поддерживать связи с родиной, что в свою очередь приводит к тому, что восприятие процессов миграции, а также сами мигранты начинают меняться под действием этих факторов.

Также повсеместное развитие технологий способствует значительному изменению восприятия территорий и пространства, делая их менее значимыми, позволяя людям быть свободнее в выборе своего положения.

Теперь возможность зарабатывать на жизнь, общаться с друзьями и участвовать в жизни своего сообщества зависит не столько от территориального присутствия человека, сколько от его подключенности к сети.

Такие изменения социальной реальности постепенно приводят к формированию новых групп, таких как цифровые номады, которые становятся менее привязаны к конкретной стране, которые научились жить в условиях глобализации и виртуализации общества, приспособились к ней и перенесли значительную часть своей жизни и личных контактов в виртуальное пространство. С каждым годом все эти тенденции набирают и будут продолжать набирать обороты, все больше меняя мир, давая людям свободу передвижения и взаимодействия как в реальном пространстве, так и в виртуальном, что приведет к дальнейшему распространению новых стилей жизни, характерных для представителей цифровых кочевников. Таким образом, уже сейчас данный феномен становится актуален с научной точки зрения и требует внимательного изучения.

Новые тенденции в сфере трудовой занятости формируют новые запросы к качествам работников. Становятся востребованными гибкость, готовность осваивать новые знания и профессии, готовность к жесткой конкуренции на рынке труда. В этой ситуации изобретательность, смекалка, способность налаживать и использовать социальные сети, - становятся ключами к успеху. А благополучие достигается не физическими усилиями или усидчивостью, а идеями, знаниями, навыками, талантом и креативностью.

Любая модель управления занятостью определяется национальными экономическими и социальными условиями. Если говорить о странах Скандинавии, там все социальные стандарты умудрились адаптировать под экономику, где эти процессы не препятствуют, а, наоборот, содействуют их сохранению и развитию. Там профсоюзы являются полноценными участниками принятия бизнес-решений, а многие компании в составе наблюдательного совета имеют представителей трудового коллектива. Если говорить о США, то их модель больше заточена на продуктивность, а социальная защита — вторична. При этом судебная система эффективно позволяет отстаивать нарушенные трудовые права, и работодатель дважды подумает, стоит ли нарушать условия контракта. Если снова вернуться к Франции, то у них сейчас особое внимание уделяется *work-life balance* – разделению труда и личной жизни, то есть никто не может потревожить сотрудника в нерабочее время [1].

Наемные работники нового типа обладают способностью адаптировать свои способности к возникающим новым ситуациям. Информационный работник всегда способен сам себя переобучать, он внимателен к передовым идеям в своей области, пристально следит за конъюнктурой на изменчивом рынке и всегда может усовершенствовать продукт.

Новой моделью в сфере трудовой занятости становится модель с современным типом работников, которые и выполняют профессиональные требования, и умеют самостоятельно принимать оперативные (подчас нестандартные) решения в рамках своей компетентности, быть гибкими. Запрос на гибкость означает, прежде всего, необходимость постоянной учебы, освоения трудовых навыков, казавшихся прежде довольно далекими от основной профессии. Для успешной карьеры теперь нужно идти в ногу со временем не только в своей профессии, но и вообще – необходимо быть современным человеком [2].

Заключение. Сейчас центральным понятием в сфере трудовой занятости является «флексibilität». Что означает гибкость адаптации к требованиям рынка. Со стороны работодателя это означает новые правила обращения с наемными работниками – гибкость правил найма, оплаты труда, минимизация социальных гарантий. Это значит, что работодателю стало легче увольнять работников в любой момент и без компенсации.

На современном рынке труда также становится популярной модель трудовой занятости, сущность которой заключается в интенсификации труда. Данная модель включает в себя сверхурочную работу, работу без выходных. Данная стратегия очень распространена среди средних российских работников, а также поощряется и поддерживается в глазах работодателей.

Современный работник отказывается от планируемой карьеры и переходит к гибкому выбору пути профессионального развития, а также отказывается от ответственности менеджеров за развитие персонала, переходя к самостоятельной ответственности за собственное развитие.

Список литературы

1. Гимпельсон В.Е. Нестандартная занятость в российской экономике / В.Е. Гимпельсон, Р.И. Капелюшников. – М., 2016. – С. 104.
2. Сизова И.Л. Ломкость труда и занятости в современном мире / И.Л. Сизова, И.А. Григорьева // Социологический журнал. – 2019. – Т. 25. – №. 1. – С. 48–71.

НЕОБХОДИМОСТЬ ПЛАНИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Ложкомоева Е.Н., канд. экон. наук

Сергиево-Посадский филиал ФГБОУ ВО «Московский педагогический
государственный университет», г. Сергиев Посад, РФ

Logkomoeva_en@mail.ru

Введение. Современные условия, в которых осуществляют свою деятельность предприятия и организации различных сфер деятельности обуславливают необходимость планирования персонала. Этот вид планирования является важнейшим направлением, которое позволяет повысить эффективность использования трудовых ресурсов организации и увеличить прибыль всего предприятия.

Осуществляется планирование персонала путем комплекса взаимосвязанных мероприятий, которые объединяются в оперативном плане работы с персоналом. Первой ступенью процесса кадрового планирования является определение потребности в персонале. И здесь необходимо учитывать «человеческий» фактор, особенности человеческой личности.

Цель исследования – доказать необходимость планирования персонала в организации, так как данный вид планирования позволяет предвидеть вероятность кадрового дефицита и оценить проблемные моменты в кадровой политике.

Основная часть. В настоящее время с введением различных организационных нововведений, со спецификой производственных процессов, а также с достижениями научно-технического прогресса изменились условия труда. Теперь предъявляются новые требования к уровню знаний и психофизиологическим возможностям специалистов. Влияние данных факторов повлекло за собой увеличение дефицита высококвалифицированных кадров, а также кадров, соответствующих психофизиологическим возможностям человека.

Концепцию ориентированной на будущее политики, которая учитывает все «человеческие» аспекты, можно реализовать с помощью кадрового планирования.

Персонал в любой организации – это в первую очередь работники трудового коллектива; кадры, выполняющие производственные или управленческие операции.

Когда представлено понятие персонала, целесообразно определить за что отвечает кадровое планирование.

Перечислим основные направления [1]:

- привлечение необходимого персонала и сокращение излишнего с учетом минимизации затрат, но без нанесения ущерба;

- эффективное распределение персонала в соответствии с их способностями и психологическими особенностями;
- определение количества работников с необходимой квалификацией;
- определение и обеспечение направлений развития кадров и кадрового потенциала для выполнения новых высококвалифицированных работ и поддержки их знаний в соответствии с требованиями производства.

Планирование персонала актуально для предприятий любого размера (крупных корпораций, малого и среднего бизнеса).

В организациях при планировании персонала подробно представляются цели, связанные с использованием трудовых ресурсов. Далее разрабатываются инструменты (как для планирования в целом, так и специфические) для достижения этих целей.

Каждая организация разрабатывает свои индивидуальные программы по организации деятельности по планированию персонала.

Зачастую планирование персонала отождествляют с кадровым планированием. Современный менеджмент, специфика управления персоналом, а также изменения в кадровом деле обуславливают необходимость разделения задач на:

1. Кадровый план. В этом случае планирование касается преимущественно ведения документации и учета нормативов.

2. План персонала на предприятии. Рассматриваются вопросы непосредственной деятельности сотрудников и методов воздействия на нее со стороны руководства.

В процесс кадрового планирования требуется вовлечение как топ-менеджеров, устанавливающих глобальные цели для всего предприятия, так и менеджеров среднего звена, которые конкретизируют задачи и передают их на исполнение своим подчиненным.

Планирование персонала можно распределить по уровням: стратегический, тактический и оперативный. Данная классификация необходима для формирования своевременных рычагов с целью повышения эффективности деятельности организации, в процессе которой происходит как пополнение кадров из различных источников, так и освобождение от излишних кадров.

Кадровая политика выполняет следующие задачи: вырабатывает общую концепцию управления персоналом и формирования его системы, определяет требования к персоналу; формирует концепцию оплаты труда, принимает на работу персонал, соответствующий потребностям организации; организует эффективное использование трудового потенциала; содействует реализации предусмотренных трудовыми отношениями прав и обязанностей работника; осуществление общения и развития персонала, развития социального партнерства [2].

При формировании кадрового состава ориентируются как на собственный персонал, так и на внешний, привлекаемый по аутсорсингу [3].

Без планирования персонала невозможно обеспечить достоверный прогноз развития организации, организовать отбор трудящихся, направляемых на повышение квалификации и т.д.

Кроме того, планирование персонала позволяет выделить определенные дополнительные критерии для оценки эффективности ведения деятельности и для формирования управленческой политики.

Работодатель за счет плана персонала всегда может отслеживать эффективных работников, поощрять их развитие. Одновременно он имеет возможность определять неэффективных, принимать различные меры воздействия на них (вплоть до увольнения). При наличии утвержденного плана персонала, руководитель организации может принять наиболее эффективные управленческие решения в работе с подчиненными.

Заключение. Руководители предприятий и организаций в рамках планирования персонала должны уделять внимание всем сотрудникам, в том числе и тем сотрудникам, которые уже не работают. Информация по этой категории персонала позволяет скорректировать или сформировать кадровую политику, так как возможно провести оценку масштабы текучести кадров в организации, установить показатели возраста выхода на пенсию, количества сотрудников, уволенных за дисциплинарные проступки и т.д.

Для обеспечения стабильной, необходимой предприятию ситуации, руководители организации должны учесть вышеперечисленные показатели в отношении действующих работников.

Формализованное планирование персонала на предприятии подразумевает составление четкой документации и форм отчетности. Такая формализация дает возможность предприятию наиболее эффективно использовать имеющиеся трудовые ресурсы.

Список литературы

1. Герш М.В. Планирование персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=4256>. Дата обращения 31.08.2020 г.
2. Планирование персонала в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovetkadrovika.ru/organizaciya-biznesa/planirovanie-personala-v-organizatsii.html>. Дата обращения 02.09.2020 г.
3. Эффективное планирование и организация рабочего дня: методы, правила и почему это важно [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5aad98534bf161549f09625e/effektivnoe-planirovanie-i-organizaciia-rabochego-dnia-metody-pravila-i-pochemu-eto-vajno-5ab0b01b1aa80cc0eef47b03>. Дата обращения 27.08.2020 г.

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Лукьянова К.К., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

k.lukianova@donnu.ru

Введение. В любом государстве молодые специалисты составляют интеллектуальный и профессиональный потенциал будущего развития страны. Формирование конкурентоспособной экономики и ее интеграция в мировое пространство требуют не только улучшения организационной и технологической структуры национальной экономики, но и реформирования рынка труда и повышения конкурентоспособности молодых специалистов на нем. Сегодня работодатели не мотивированы относительно трудоустройства молодежи, не созданы условия для молодежного предпринимательства и самозанятости. Выпускники ВУЗов сталкиваются с рядом проблем на рынке труда, с гарантиями, которые законодательно закреплены, но, к сожалению, на практике почти не реализуются. Они чувствуют себя незащищенными, им тяжело адаптироваться к проблемным условиям общественной повседневности.

Цель статьи состоит в исследовании проблемного поля трудоустройства молодежи, а также в разработке предложений по основным направлениям его преодоления.

Основная часть. Одним из перспективных направлений привлечения молодежи к общественнотворческим процессам страны является обеспечение молодых людей рабочими местами. В условиях рыночной экономики, когда право на труд реализуется не через социальные гарантии, а через канал личной инициативы, проблема занятости молодежи приобретает особую национальную значимость.

Современная молодежь не боится реализовать себя в другой стране. У нее нет страха к переменам, она открыта реформам. В России все четче проявляется тенденция увеличения безвозвратного выезда за границу молодых специалистов, выпускников ВУЗов. Согласно оценкам демографов и социологов, более 40 % российских граждан, мигрирующих за рубеж, имеют высшее образование и владеют высокими профессиональными навыками [1].

В последнее время фиксируется достаточно опасное основание для усиления темпов миграции – рост настроенности молодежи на переезд в страну, предоставляющую, по их оценкам, более привлекательные условия профессиональной реализации и/или проживания. Исследователями отмечается омоложение мирового миграционного потока: 24,7 % мигрантов это молодые люди в возрасте от 16 до 29 лет (в 2000 году – 20,5 %) [3].

Молодежь покидает Россию по таким причинам: 1) слабая профессиональная ориентация среди российской молодежи; при поступлении в ВУЗ внимание обращается на престиж специальности, а не перспективу трудоустройства, что приводит к жесткой конкуренции молодых специалистов на рынке труда; к тому же значительная часть безработной молодежи стремится получить работу по своему профилю, что приводит к миграции; 2) сами работодатели не заинтересованы брать на работу выпускников из-за отсутствия опыта; 3) деятельность большинства предприятий направлена на самосохранение и выживание, а не расширение производства, привлечение новых кадров; 4) обучение за рубежом с перспективой трудоустройства привлекательно еще и в связи с высокой заработной платой; 5) молодые россияне не видят перспектив самореализации в своей стране, заинтересованы в более высоком уровне оплаты труда и лучших условиях труда, что также вынуждает их искать достойную альтернативу за рубежом.

Поэтому для снижения оттока молодых специалистов за границу, в России необходимо провести изменения в кадровой политике для того, чтобы открыть доступ молодежи к вакансиям по профилю. Желательно повышать престиж нужных, а не популярных специальностей путем предоставления более высоких стипендий. Кроме того, уместно инициировать программы получения профессионального опыта для студентов старших курсов на предприятиях с перспективой трудоустройства, конструктивно использовать зарубежный опыт, предоставлять молодым специалистам социально-экономические, трудовые льготы.

Существует острая потребность в разработке и внедрении эффективной государственной политики по трудоустройству молодых специалистов, ведь обострение проблемы молодежной безработицы тянет за собой целый ряд социальных опасностей для российского социума в целом.

По данным выборочных обследований населения по проблемам занятости уровень безработицы в 2019 г. среди молодежи в возрасте 25-29 составлял 5,6 % (на уровне 2014 г.); в возрасте 20-24 лет – 14,4 % (что на 2 % выше, чем в 2014 г.) и был выше в три раза, чем этот показатель среди всех возрастных групп населения (рис. 1). Высокий уровень безработицы обусловлен тем, что значительная часть молодых людей не имеет необходимых профессиональных навыков и опыта работы. Работодатели часто нарекают на неспособность системы профессионального образования развить у выпускников необходимые для успешной трудовой деятельности навыки.

Результативной формой содействия занятости молодежи является развитие предпринимательских инициатив. Среди факторов, которые препятствуют организации собственного бизнеса, назовем, прежде всего, отсутствие первоначального капитала, необходимого для открытия собственного дела; сложную и нестабильную экономическую и

политическую ситуацию в стране; неблагоприятный налоговый климат; незащищенность от криминальных структур; бюрократические преграды и поверхностные знания претендентов в организации собственного бизнеса. Поэтому первоочередными задачами государства в сфере поддержки предпринимательских инициатив и самозанятости молодежи являются:

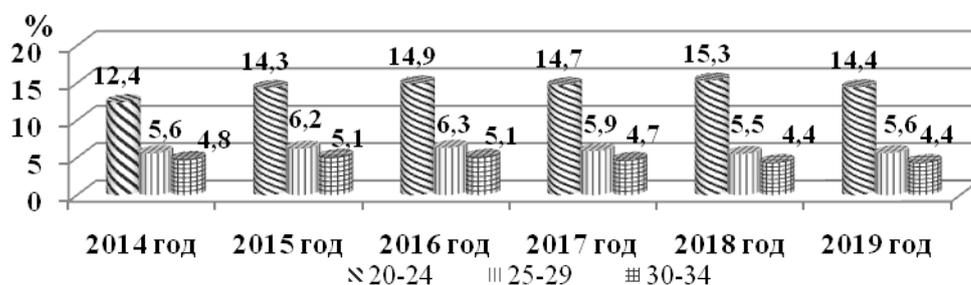


Рис. 1. Динамика уровня безработицы молодежи России по возрастным группам за 2014-2019 гг. [2]

- создание благоприятного бизнес-климата (поощрение банков к предоставлению кредитов, предоставление государственных гарантий их возвращения и т.д.);

- содействие открытию собственного дела (налоговые льготы, льготные условия аренды, компенсации расходов на консультации специалистов (юристов, экономистов), конкурное составление бизнес планов);

- задействование механизма привлечения иностранных ресурсов для финансирования программ микрокредитования для молодых предпринимателей;

- введение спецкурсов по методологии, тактике и технике предпринимательства в средних и высших учебных заведениях.

Заключение. Реализация этих мероприятий будет содействовать трудоустройству молодежи и создаст условия для развития российской экономики.

Список литературы

1. Воробьева О.Д., Гребенюк А.А. Эмиграция из России в конце XX – начале XXI века: аналитический доклад. – М.: Комитет гражданских инициатив, 2016. – 75 с.
2. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.
3. Immigration by age group, sex and citizenship. Официальный сайт Евростат. [Электронный ресурс]. URL: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=migr_imm1ctz&lang=en.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ПОСРЕДСТВОМ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Лукьянченко Н.Д., д-р экон. наук, проф.,
Денисов Д.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
dvdenisov@mail.ru

Введение. Для обеспечения устойчивого развития предприятия необходим кадровый потенциал, способный оперативно решать возложенные на него задачи, принимать стратегически ориентированные решения. Задача руководства предприятия – обеспечить достойные условия для сохранения и развития кадров предприятия. Эти задачи решает кадровая политика.

Цель исследования – показать, каким образом инновационные кадровые технологии влияют на рост эффективности кадровой политики организации.

Основная часть. Кадровая политика является одним из важнейших инструментов управления организацией, от эффективности которой будет зависеть и эффективность деятельности организации. Кадровая политика должна быть направлена не только на создание благоприятных условий труда, но и на обеспечение возможности продвижения сотрудников по карьерной лестнице, на формирование их уверенности в завтрашнем дне.

Для успешной реализации кадровой политики организации необходимо научиться управлять возможностями ее персонала. Это означает, что по отношению к способностям человека в организации можно производить определенные управленческие действия, которые бы позволяли не только своевременно оценивать уровень его квалификации, перемещать на должность или рабочее место, где его возможности наиболее полно могли бы быть востребованы, обеспечивать заинтересованность в качестве и количестве труда, но и ряд других.

Инновационный подход к управлению персоналом представляет одну из важнейших составляющих успешного, высоко рентабельного и эффективного бизнеса. Кадровые инновации формируются в традиционных подходах к управлению, что в свою очередь выражается в разработке новых современных кадровых технологий.

В современном научном мире существует большое количество инновационных кадровых технологий (табл. 1). ООО «Народные окна» – предприятие по производству и установке пластиковых окон. Кадровую политику ООО «Народные окна» можно охарактеризовать как авантюрную активную, так как в организации диагностика состояния персонала проводится недостаточно объективно, средства для долгосрочного

прогнозирования в этой сфере не применяются, выявлена недостаточная гибкость при возникновении непредвиденных факторов. По степени открытости и уровню взаимодействия со средой кадровая политика открытая, что означает, что организация ведет агрессивную политику завоевания рынка, ориентирована на быстрый рост и стремительный выход на передовые позиции в своей отрасли.

Таблица 1

Классификация инновационных кадровых технологий

№ п/п	Группы факторов	Инновационные кадровые технологии
1	Технологии в системе формирования кадров, создание	рекрутинг, HR-менеджмент, ассесмент-менеджмент, аутсорсинг, хэндхантинг
2	Технологии обучения, развития, оценки и аттестации персонала, мотивации персонала	коучинг, HR-менеджмент, event-менеджмент, тимбилдинг, ассесмент-менеджмент, грейдинг, управление конфликтами
3	Технологии высвобождения персонала	аутплейсмент, аутстафинг

Для поддержания высокой конкурентоспособности, эффективной разработки управленческих решений и последующего их применения необходим высокий уровень компетенции сотрудников. Для этого руководством компании могут быть внедрены HR-менеджмент, тимбилдинг, ассесмент-менеджмент.

В соответствии с предложенными направлениями развития кадровой политики необходимо предусмотреть определенные затраты. В табл. 2 представлены суммарные затраты на осуществление мероприятий по совершенствованию кадровой политики на 2020 г.

Таблица 2

Суммарные затраты на реализацию инновационных кадровых технологий

Мероприятие	Затраты на 2020 г., руб.
HR-менеджмент	84 000
Ассесмент-менеджмент	75 000
Тимбилдинг	40 000
Итого	199 000

Эффективность обычно рассматривается как соотношение достигнутых результатов и использованных для их достижения ресурсов. Эффективность определяют не только как результативность, но и как действенность и полезность.

Рассчитать эффективность отдачи от затрат на реализацию инновационных кадровых технологий можно по формуле (1):

$$Э_0 = П/З * 100\% \quad (1)$$

Затраты (З) на реализацию мероприятий кадровой политики запланированы в размере 199 тыс. руб.

Чистая прибыль ООО «Народные окна» за 2019 год составила 2300 тыс. руб.

Рассчитаем прогнозные значения показателя эффективность отдачи от затрат на реализацию инновационных кадровых технологий в трех вариантах: пессимистичный, реалистичный и оптимистичный прогноз:

а) пессимистичный прогноз $\mathcal{E}_n = 184/199 * 100 = 92,46\%$

б) реалистичный прогноз $\mathcal{E}_p = 230/199 * 100 = 115,57\%$

в) оптимистичный прогноз $\mathcal{E}_o = 276/199 * 100 = 138,69\%$

Эффективность в этом случае составит 115,57%, что говорит о целесообразности разработанных мероприятий.

Можно наблюдать, что при пессимистическом прогнозе затраты на инновационные кадровые технологии придется сократить за счет пропорционального снижения затрат на HR-менеджмент и ассесмент-менеджмент.

Заключение. Определены роль и место кадровой политики в процессе обеспечения устойчивого развития предприятия и разработаны предложения по формированию стратегически ориентированной кадровой политики. Дана оценка эффективности вложения средств на реализацию кадровой политики ООО «Народные окна» в размере 199 тыс. руб., что при реалистичном прогнозе должно привести к увеличению чистой прибыли организации на 266 тыс. руб. Эффективность в этом случае составит 115,57%, что говорит о целесообразности разработанных мероприятий.

Предлагаемые мероприятия позволят предприятию максимально повышать эффективность деятельности и закрепить свои позиции как в качестве привлекательного работодателя на рынке, так и в качестве конкурентного предприятия на рынке пластиковых окон.

Список литературы

1. Берщakov П. В. Управление потенциалом персонала. Предпринимательский подход: уч. пос. / П. В. Берщakov, Е. М. Трененков. – М.: Т.К. Велби, 2014. – 144 с.
2. Жукова О. О. Обучение как один из основных элементов развития персонала организации / О. О. Жукова, Ю. Н. Никулина / Интерактивная наука. – 2017. – № 2 (12). – С. 189–192.
3. Зеленцов А. Б. Формирование и реализации кадровой политики в системе социально-экономических отношений организации / А.Б Зеленцов / Дис. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. – М., 2015. – С. 21.
4. Кибанов А. В. Разработка кадровой политики организации / А. В Кибанов // Кадровик. Кадровое делопроизводство. – 2013. – № 1. – С.23-25.
5. Коптева Ж. Ю. Оптимизация кадровой политики предприятия путем внедрения инновационных персонал-технологий / Ж. Ю. Коптева, Л. А. Афанасьева, А. А. Афанасьев / Современный ученый. – 2017. – № 2. – С. 79-82.
6. Магура М. И. Современные персонал-технологии / М. И. Магура. – М.: ООО «Управление персоналом», 2013. – 388 с.
7. Яконтова Е. С. Эффективные технологии управления персоналом / Е. С. Яконтова. – СПб, Питер, 2013. – 272 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Лукьянченко Н.Д., д-р экон. наук, проф.,

Очеретко Т.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

tatyana16101996@gmail.com

Введение. В условиях роста конкуренции и высоких темпов развития рыночной экономики организациям важно уделять особое внимание системе обучения и развития персонала. Обучение и развитие персонала в современных реалиях – одна из важнейших стратегических функций кадровой политики организации, которая направлена на формирование высококвалифицированного кадрового состава организации в зависимости от существующих и прогнозируемых внутренних и внешних изменений.

Цель исследования – анализ системы обучения и развития персонала организации в современных условиях.

Основная часть. В последние годы одним из основных условий повышения и поддержания высокого уровня конкурентоспособности организации на рынке является развитие профессиональных компетенций и личностных качеств персонала. Однако последние исследования показывают, что на современном этапе знаний и навыков, которыми обладают выпускники университетов, недостаточно для успешной работы в организации. Исходя из этого, организациям помимо системы профессионального подбора и отбора персонала необходима грамотно выстроенная профессиональная система корпоративного обучения и развития персонала, которая будет способствовать качественной подготовке компетентных и ориентированных на успех сотрудников [1].

Выбор форм и методов обучения кадров напрямую зависит от стратегических целей и задач, поставленных перед организацией. Значительную роль играют такие критерии как бюджет обучения, отведённые сроки на разработку и внедрение обучающих программ, квалификация преподавательского состава, организационная структура и количество сотрудников организации. Бюджет организации на профессиональное обучение или переподготовку персонала может составлять до 10 % фонда заработной платы. Подобное капиталовложение в будущем может привести к значительному росту производительности труда в целом и увеличению прибыли организации [2].

В целях совершенствования системы обучения и развития персонала в отечественных организациях целесообразным будет внедрение и использование обучающих методов с учетом национальной специфики. Значи-

тельный опыт разработки и внедрения подобных систем обучения персонала накоплен в таких странах, как США, Великобритания, Франция и Япония.

Корпоративное обучение в США ориентировано на дальнейшее развитие выпускников университетов и, прежде всего, менеджеров. Возможность пройти обучение по корпоративным обучающимся программам на 50 % выше для сотрудников с высшим образованием. В настоящее время в США зарождается практика применения проектного подхода к обучению персонала, а именно создание смешанного варианта корпоративных университетов на основе взаимодействия бизнеса и образования.

Корпоративное обучение во Франции, как правило, осуществляется через узкоспециализированные и краткосрочные курсы. Система обучения и развития персонала базируется на подготовке и переподготовке кадров, учитывая особенности отраслей бизнеса, в котором на данный момент задействована организация.

В британских организациях предпочитают обучать и развивать персонал на рабочем месте, так как зачастую обучение извне иногда является проблематичным, как для самих сотрудников организации, так и для работодателей. Обучение на рабочем месте в Великобритании является одним из наиболее экономически выгодных и эффективных способов повышения квалификации кадров. Наиболее рентабельными и хорошо зарекомендовавшими себя методами обучения считают наставничество и обмен ноу-хау (передовой опыт).

В Японии в качестве наиболее эффективного и экономически выгодного способа повышения квалификации персонала широко применяется внутрифирменное обучение. В основе данного обучения – практика пожизненного найма, обучения на рабочем месте, ротации кадров, надбавки к заработной плате за выслугу лет, систему репутаций. Организации принимают на работу выпускников высших учебных заведений, молодые кадры проходят обучение внутри компании и остаются практически на всю жизнь. Помимо того, японская модель корпоративного обучения предполагает обучение во внерабочее время. Широко развито наставничество, которое базируется на уважении и репутации сотрудников (зачастую старшего поколения).

Уровень квалификации персонала организации – один из важнейших критериев качества трудовой жизни, а повышение квалификации является основным способом обеспечить соответствие квалификации сотрудников существующему уровню развития науки, технологий и экономики. Данная форма обучения включает в себя [3]:

- 1) обучение кадров, связанное с определенными обстоятельствами (карьерный рост, изменение статуса, внедрение новых технологий и т.п.);
- 2) формирование у работников устойчивого желания развиваться в сфере своей профессиональной деятельности, как индивидуально, так и как части коллектива.

На данном этапе развития производства и техники знания и навыки, приобретенные работником, устаревают на 50 % каждые 5 лет, если работник не занимается повышением уровня квалификации и самообразованием. В этом случае целесообразным является применение следующих способов организации обучения персонала [4]:

1) самообучение: самостоятельное изучение доступных работнику материалов, которые содержат необходимые данные о функциональных возможностях программного комплекса;

2) внутриорганизационные курсы повышения квалификации: обучение персонала наиболее рациональным и эффективным методам работы проводится специалистами, обладающими необходимым уровнем знаний и навыков и окончившими специализированные курсы;

3) специализированные курсы: обучение персонала проводится преподавателями сторонней организации, которые в совершенстве знают возможности программного комплекса.

Заключение. Применение современных форм и методов корпоративного обучения персонала с учетом национальной специфики, постоянные инвестиции в разработку и реализацию качественной системы обучения и развития персонала способствуют достижению организацией ведущих позиций на рынке. Для работника же такой рост и развитие организации позволит обеспечить максимальный уровень самореализации и является существенным преимуществом в развитии дальнейшей карьеры. Корпоративное обучение – важный фактор профессионального развития персонала и, как следствие, реализация стратегических целей организации.

Список литературы

1. Аверин А. Н. Профессиональная подготовка кадров / А. Н. Аверин. – М.: Альфа-пресс, 2017. – 1266 с.
2. Зобкова Л. Д. Управление обучением и развитием персонала: опыт зарубежных и российских компаний / Л. Д. Зобкова // Современные исследования социальных проблем. – Том 8. – 2017. – № 9. – С. 39-50.
3. Карпов А. В. Технология управления развитием персоналом учебник / А. В. Карпов, Н. В. Ключева. – М.: Проспект, 2016. – 408 с.
4. Лейбович А. Н. Система подготовки кадров: точки роста. Сборник методических и информационных материалов. Выпуск 1 / под общ. редакцией А. Н. Лейбовича. – М.: АНО «Национальное агентство развития квалификаций», 2017. – 232 с.

РАЗВИТИЕ ГОРОДСКОГО ХОЗЯЙСТВА КАК ЧАСТЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Машенцева Н.Г., канд. экон. наук, доц.,

Иванова Е.Ю., канд. ист. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, РФ

kafedra_kadr.uprava@mail.ru

Введение. Регион как объект управления является сверхсложной и динамически развивающейся системой. Так, по мнению Дохолян С.В., регион можно разбить как минимум на две подсистемы: управляющую и управляемую. Управляемая система в свою очередь может быть подразделена на функциональные и территориально обособленные подсистемы. Функциональная подсистема – это подсистема, которую можно рассматриваться как самостоятельный объект управления со стороны органов регионального управления. К ним можно отнести экономическую, экологическую, демографическую и др. подсистемы [1].

В свою очередь, благополучие развития региона тесно связано с организацией развития городского хозяйства его территорий. Городское хозяйство в значительной степени формирует среду жизнедеятельности человека – комфортность города, района, микрорайона, жилища, включает в себя целый комплекс отраслей, призванных обеспечивать условия нормальной жизнедеятельности населения и функционирования городских структур.

Цель исследования – рассмотреть возможные теоретико-методические рекомендации, направленные на совершенствование системы управления развития городского хозяйства.

Основная часть. Становление и развитие городов – процесс, протекающий достаточно долгое время, не останавливающийся, а лишь развивающийся с большей силой. С эволюцией становления городов проходила и эволюция совершенствования управления ими. Появлялось все больше сфер деятельности управления городом, которые не могли оставаться без осмысленного руководства.

С развитием градостроительства одной из важнейших сфер деятельности стало управление городским хозяйством. Развитие города не может проходить стихийно, управление в сфере городского хозяйства позволяет направлять действия по улучшению деятельности в правильное русло. Управление городским хозяйством стало неотъемлемой частью управления города в целом, регулирование развития которого стало также важно, как регулирование тех сфер деятельности, которые отвечают необходимым условиям существования граждан.

Одной из важнейших задач властей муниципального образования является постоянная забота о санитарном состоянии городской территории и окружающей среды в целом, в том числе путем привлечения жителей к решению общегородских проблем. Это и ряд других функций относится к ведению городского хозяйства.

Рассматривая сферы деятельности городского хозяйства необходимо представлять их как взаимосвязанный комплекс мероприятий, направленный на перспективное развитие городов России, позволяющий улучшить качество жизни горожан, его внешний вид, а также, способствующий формированию позитивного имиджа города, а, следовательно, и привлечения инвесторов в регион.

Среди мероприятий по благоустройству особенно можно выделить следующие направления:

Во-первых – это обеспечение надлежащего санитарного состояния городов. Проблема чистоты городов и населенных пунктов – одна из острых проблем, стоящих не только перед муниципальными властями, но и перед каждым жителем.

Улучшение санитарного состояния городов и населенных пунктов в России, их благоустройство происходят медленно. Однако Тамбовская область имеет значительные успехи в поддержании чистоты города и экологии. Так 2018 году Тамбовская область заняла 1 место в «Экологическом рейтинге субъектов РФ».

Суммируя научные представления современных исследователей структуры городского хозяйства, можно выделить следующие ее элементы:

- предоставление услуг населению по вывозу мусора;
- оборудование новых контейнерных площадок, а также организация работы по их содержанию и обслуживанию;
- обеспечение постоянного контроля над санитарным состоянием городских территорий;
- осуществление вывоза твердых бытовых и негабаритных отходов на территории городов, оборудование новых контейнерных площадок;
- выявление несанкционированных свалок мусора с последующей их ликвидацией [2].

Необходимость поддержания города в чистоте является очень важной функцией города, так как застой и несвоевременный вывоз мусора может спровоцировать размножение грызунов, в основном крыс, которые являются переносчиками возбудителей опасных инфекций.

Ориентир на стратегический характер управления – это залог наиболее эффективного направления развития муниципальных образований. Это позволяет сформировать более консолидированный взгляд на дальнейшие перспективы развития муниципалитетов, а также более систематичному и последовательному воплощению в жизнь

соответствующей политики территорий с учетом обозначенных целей и приоритетов всех структурных единиц, входящих в состав не только городских, но и сельских поселений, в рамках основной стратегии развития региона.

Управление социально-экономическим развитием сельских муниципальных образований должно строиться с учетом взаимосвязи элементов. Установление таких элементов позволит рационально использовать ресурсы для более эффективного развития сельских территорий. Направление ресурсов на решение проблем, связывающих различные элементы социально-экономического развития, позволит увеличить социальный эффект за счет снижения напряженности по смежным направлениям. Это является особенно актуальным в условиях ограниченности ресурсов в муниципальных образованиях и необходимости комплексного социально-экономического развития сельских территорий [2].

Для совершенствования управления городским развитием в России необходимо проводить дальнейшую структуризацию и рассмотреть основные подсистемы города.

Заключение. Подводя итог, мы можем сделать вывод, что структуризация города с позиции системного подхода должна выглядеть следующим образом:

I. Подсистема, включающая природно-ресурсный потенциал городского хозяйства, то есть – территориальная;

II. Подсистема – городское население, которая включает следующие оставляющие это социально-демографическая и профессионально-квалификационная структура городского социума;

III. Подсистема – градообразующая сфера – промышленность, наука, строительство, транспорт.

IV. Подсистема – социальная инфраструктура городского хозяйства, представляющая собой многоотраслевой комплекс, который действует в интересах повышения благосостояния и качества жизни городского сообщества.

Список литературы

1. Дохолян С.В. Региональная социально-экономическая политика как составная часть экономической политики государства / С.В. Дохолян // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2015. – С. 547-556.
2. Авцинова А.А. Теоретико-методологические аспекты управления социально-экономическим развитием муниципальных образований / А.А. Авцинова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – Вып. 11. – С. 13-26.

ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ОРГАНИЗАЦИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Савина И.В.

ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого», г. Тула, РФ
info@tsput.ru

Введение. В настоящее время имидж и репутация компании приобретают все большую значимость в деятельности предприятия. Кроме того, в современных условиях частых банкротств, жесткой конкуренции очень важно сплотить персонал фирмы, обеспечить все необходимые условия для развития творческого потенциала сотрудников, предоставить необходимые условия для эффективного выполнения должностных обязанностей персонала. Это необходимо для того, чтобы избежать такую проблему, как текучесть кадров, а также дать возможность компании стабильно функционировать на внешнем рынке. В связи с этим современным организациям требуется новая идеология управления, новое направление в характере связей и отношений с внешней и внутренней средой организации. Иными словами, необходимо создать организационную культуру, соответствующую постоянно меняющимся условиям внешней среды.

Цель исследования – формирование результативного развития организационной культуры в организации малого бизнеса

Основная часть. В организационной культуре заложен мощный потенциал развития организации, поэтому вопросы исследования, формирования и развития организационной культуры приобретают особую актуальность и значимость. Опыт многих западных и российских организаций подтверждает, что одним из немаловажных факторов успешного развития компании является сплоченный коллектив, в котором все заинтересованы в общем успехе, потому что от этого будет зависеть их материальное благополучие и профессиональное развитие. Быстрее и эффективнее остальных развивается та компания, коллектив которой имеет хорошо развитую организационную культуру. Без организационной культуры не может существовать ни одно корпоративное предприятие, поскольку с ее помощью формируется культура отдельных подразделений, коллективов, групп – как рабочих, так и руководителей [3].

Малое предпринимательство может быть охарактеризовано высоким уровнем текучести персонала. Таким образом, менеджмент малого предприятия вынужден выступать в качестве воспитателя организационной культуры сотрудников компании. В настоящее время большинство работ-

ников малых компаний в ходе осуществления своих обязанностей непосредственно контактируют с клиентами данных компаний. Вместе с тем, в мелком предпринимательстве лица, занимающие руководящие должности, имеют большую свободу выбора, в отличие от менеджеров, осуществляющих свою деятельность в крупном предпринимательстве, что становится достаточно привлекательным для молодых работников, которые, как правило, ориентированы на свое дальнейшее продвижение по карьерной лестнице. Стоит сказать, что достаточно высокая социальная мобильность в мелком предпринимательстве формирует предпосылки для быстрого карьерного роста лиц, занимающих в компании руководящие должности. Кроме того, важную роль играют различия, которые имеются в коммуникативных условиях работы наемных сотрудников на предприятиях мелкого и крупного предпринимательства. Говорится здесь, в том числе, о методах взаимодействия некоторых сотрудников предприятий мелкого и крупного предпринимательства с внешней социальной средой. Между сотрудником и указанной выше средой на предприятиях крупного бизнеса есть еще один посредник – это весьма существенный по своей численности наемный персонал хозяйствующего субъекта [1]. В мелком предпринимательстве превалирует микросреда, которую необходимо рассматривать с точки зрения сферы взаимодействия отдельного работника и всего в целом трудового коллектива. Вместе с тем, в малом бизнесе сотрудник, чаще всего, непосредственно взаимодействует с указанной выше средой. Таким образом, в сравнении с крупным бизнесом, социокультурное воздействие такой социальной среды на отдельного сотрудника, работающего в малой компании, является существенно более высоким. Для компаний мелкого предпринимательства самым оптимальным является феноменологический подход, он в существенной мере обеспечивает активное развитие самоуправления малой компании, а также в существенной мере способствует самореализацию некоторых наемных сотрудников. Таким образом, организационная культура на каждом отдельном предприятии формируется и развивается под непосредственным воздействием, как социальной, так и производственной среды, иначе говоря, под непосредственным воздействием такой среды, в которой соответствующее предприятие осуществляет свою деятельность [2]. Необходимо, чтобы предприятие постоянно ориентировалось на ожидания своих потребителей, на постоянно выдвигаемые рынком требования. Вместе с тем, необходимо, чтобы предприятие оперативно реагировало на любые изменения, которые непосредственным образом происходят во внешней среде. Каждое предприятие должно разрабатывать свою систему ценностей, свои принципы взаимодействия, и так далее.

Сильная организационная культура в организации будет преследовать следующую важную цель: обеспечить успешную самоорганизацию данного хозяйствующего субъекта, а также повысить его трудовой потенциал.

Организационная культура в каждой отдельной организации формируется и развивается под непосредственным воздействием, как социальной, так и производственной среды, иначе говоря, под непосредственным воздействием такой среды, в которой соответствующее предприятие осуществляет свою деятельность. Необходимо, чтобы организация постоянно ориентировалась на ожидания своих потребителей, на постоянно выдвигаемые рынком требования. Вместе с тем, необходимо, чтобы организация оперативно реагировала на любые изменения, которые непосредственным образом происходят во внешней среде.

Заключение. Организационную культуру можно определить, как совокупность наиболее важных предпосылок, принятых работниками организации и получающих выражение в декларируемых ценностях, задающих работникам ориентиры их действий и поведения. Уровни организационной культуры формируются уже в процессе становления организации. В первые годы существования организации создаются определенные правила, не всегда где-то в приказах записанные, а также появляется набор ценностей, который полностью соответствует представлениям учредителей предприятия. Организационная культура никогда не застаивается, она развивается, изменяется и приобретает глубину смысла [3]. Таким образом, организационная культура – это система самых значимых предпосылок, принятых работниками и получающих выражение в декларируемых данным предприятием ценностях, задающих работникам ориентиры их дальнейших действий и поведения.

Список литературы

1. Козлова Е.Г. Корпоративная культура в конкурентоспособности организации / Е.Г. Козлова // Научный альманах. – 2016. – № 2-1 (16). – С.198-202.
2. Магура М.И. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М.И. Магура // Управление персоналом. – 2017. – № 1. – С. 24–29.
3. Шишкин А.Н. Значение и роль организационной культуры в управлении современной организацией / А.Н. Шишкин, С.А. Гришина, И.В. Савина // Вектор экономики. – 2018. – № 12 (30). – С. 32-37.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Савина И.В.

ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет
им. Л.Н. Толстого», г. Тула, РФ
info@tsput.ru

Введение. Сложные современные условия промышленных предприятий нуждаются в эффективной системе управления персоналом, которая фокусирует свое внимание на развитии сотрудников, чтобы они стали более ценными для организации. Это включает в себя тщательное управление финансами, которое связано с глобальным финансовым кризисом, который приводит к массовому сокращению персонала. Низкий уровень подготовки кадров в промышленности затрудняет им выполнение текущих требований. Это означает, что важность развития социально-экономических механизмов, отвечающих за подготовку высококвалифицированных кадров (с высоким уровнем общего и специального образования) для промышленных предприятий, нельзя переоценить.

Цель исследования – оценка эффективности управления персоналом на предприятии.

Основная часть. Эффективное управление человеческими ресурсами призвано обеспечить компанию квалифицированным персоналом и способствовать максимально полной реализации трудового потенциала сотрудников для достижения их целей.

Профессионализм сотрудников на предприятиях и их деятельность непосредственно воздействует на поэтапное достижение целей организации. Результативное получение итоговых результатов при минимальных затратах различных ресурсов, совершенствование стимулов и условий труда, определяющих его высокую привлекательность и удовлетворение трудом всех работников [2].

Система управления персоналом является одной из ключевых функций кадровых задач управляемого субъекта. Она включает в себя такие критерии как: нравственные, экономические, социально-психологические, организационные и другие показатели, имеющие всю необходимую информацию, а также инструменты, которые могут положительно влиять на использование способностей человека, как для организационных нужд, так и в интересах самого человека.

Люди являются важнейшим ресурсом любой организации и люди же являются главным ресурсом управления. Для любого предприятия важно вносить изменения в технологические, технические и организационные аспекты управления, которыми занимаются подготовленные для этого

сотрудники, но также важным является оценка и нормирование качества и количества труда, мотивация, корпоративная культура, психологический климат организации и так далее. Это лишь часть факторов, которые нужно иметь в виду при управлении персоналом.

Необходимо различать принципы управления персоналом и принципы системы управления персоналом. Требования к управлению персоналом отражают объективно существующие экономические законы и, следовательно, сами являются целями.

Основными принципами построения системы управления персоналом являются правила, положения и нормы, которым должны следовать руководители и специалисты отделов управления персоналом, чтобы они могли формировать и поддерживать высоко функционирующую систему управления [1].

Эффективное управление зависит от многих факторов: знание механизма процесса, все причины, влекущие изменения на него и каково влияние этих факторов. Поэтому существует определенный механизм, в соответствии с которым функционирует система управления персоналом. Технология управления персоналом состоит из различных инструментов воздействия на работника. Она состоит из методов, навыков или услуг [1].

При регулировании трудовых отношений между работником и руководителем используются различные средства упреждения. Эти отношения в установленном порядке зарегистрированы между работодателями и профсоюзами. И не всегда интересы руководства и работников совпадают, важно обеспечить соблюдение коллективного договора. А также согласование порядка рассмотрения трудовых споров и любых других жалоб, которые могут возникнуть у работников [1].

Сотрудники организации занимают важнейшее место в теории управления персоналом. Персонал – это особая группа людей, которых объединяют общие целенаправленные действия для достижения целей и задач организации. Неоднозначность толкования категории «персонал» обусловлена сложностью человека как органического и психологического феномена. Разработка и использование различных методологий, которые влияют на персонал, обусловлены многими аспектами и основаны на фундаментальных качествах персонала в целом и отдельного человека в частности [2].

Оценка эффективности, её уровень, а также ряд других критериев и их значения могут демонстрировать, насколько тот или иной параметр соответствует или не соответствует тем или иным требованиям, поскольку эти критерии являются основополагающими факторами. Оценка эффективности может быть абсолютной и относительной, значительной и незначительной, приемлемой и неприемлемой, жесткой и мягкой.

Нынешняя экономика рынка порождает ряд фундаментальных проблем, и наиболее важной из них является эффективное использование

человеческих ресурсов. Для этого нам нужна хорошо разработанная кадровая политика. Кадровая политика тесно связана со всеми направлениями экономической политики организации. Одним из направлений его работы является мотивация и поощрение оплаты труда сотрудников. Основным фактором материального и денежного стимулирования является заработная плата работников [3].

Эффективность управления персоналом оценивается при помощи таких показателей как: качество работ, своевременность их выполнения, целостность и объёмы выполненных задач. Чтобы адекватно оценивать уровень эффективности управления персоналом, необходимо иметь конкретные показатели и критерии оценки. Очень важно, чтобы были отобраны необходимые критерии, поскольку, учитывая их, можно составить план выполнения определённых задач, к которым применимы определённые показатели. Вторым, не менее важным, является категория работников для которых будут устанавливаться эти критерии, с оценкой сложности, навыков сотрудников, важности и специфики деятельности. Основными критериями эффективности управления персоналом могут являться выполнение установленных норм выработки или обслуживания при надлежащем качестве работы и снижение издержек, возникающих из-за повышенной текучести персонала, необоснованных простоев и другие [2].

Заключение. Эффективность деятельности любого предприятия напрямую зависит от профессионализма сотрудников, что, в свою очередь, непосредственно влияет на количество и качество производимой продукции. Поэтому совершенствование системы управления персоналом является одной из важнейших задач предприятия.

Список литературы

1. Бакирова Г.Х. Психология эффективного стратегического управления персоналом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Психология», «Менеджмент организации», «Управление персоналом» / Бакирова Г.Х. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 597 с.
2. Кальницкая И. В. Анализ эффективности управления организацией // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2013. – Т. 4. – С. 186–190.
3. Маслова В.М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавра // Маслова В.М.. – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 492 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА УЧРЕЖДЕНИЯ

*Саенко В.Г.¹, д-р экон. наук, доц.,
Чурсина А.А.², Чуев А.А.²*

¹ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

²ГОУ ВПО «Донецкое высшее общеобразовательное командное училище», г. Донецк, ДНР
linfo@donvoku.com

Введение. Глубокие изменения в политической, экономической, социальной сферах, происходящие в Донецкой Народной Республике, направлены на построение новой экономической системы, основанной на рыночных отношениях. Ключевыми технологиями рыночной экономики является менеджмент, маркетинг и мотивация. Современная практика и прежде всего опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствуют о существенных изменениях в системе мотивации труда.

Еще недавно в западной экономической литературе широко обсуждалась тема «выхода труда» из общества, «кризиса труда», падение престижа труда [1]. Эти взгляды основывались на выводах социологов о снижении заинтересованности в труде, перемещении ценностных ориентаций в сфере свободного времени. Однако последние социологические опросы, научные исследования в области труда свидетельствуют, что для тех, кто начал трудовую деятельность на рубеже 90-х годов, характерен не столько «распад трудовой морали», «отчуждение труда», сколько изменение ценностных ориентаций, побудительных мотивов к труду.

До последнего времени мотивация как движущая сила поведения, как осознание стремления к определенному типу удовлетворения потребностей, к успеху, не была самостоятельным объектом исследования. На практике ни один договор, соглашение или решение не могут быть заключены, приняты и реализованы без привлечения к этому большего или меньшего количества различных людей с присущими им взглядами, убеждениями, целями, принципами и установками. Единственной прикладной наукой, которая позволяет глубоко анализировать трудовое поведение людей во всем его разнообразии, проектировать и влиять на него для достижения личных целей и целей организации, и есть, по нашему мнению, мотивация.

Цель – изучение проблем управления ресурсным потенциалом работника и учреждения, выработка эффективной политики в области труда и трудовых отношений, создание «режима наибольшего благопритворствования» для тех, кто действительно стремится повысить производительность труда.

Основная часть. Внедрение мотивации труда работников в деятельность учреждений Республики не является актом моды, а насущной необходимостью. Если до сих пор основной задачей всех учреждений Республики выступало поддержание системы на необходимом «жизненном» уровне, то в рыночных условиях при жесткой конкуренции выигрывает тот, кто использует в полном объеме человеческий потенциал. Поэтому необходимо выделить этапы построения работы учреждений Республики. Это:

- изучение среды функционирования рынка, рынка покупателей и их потребностей;
- планирование и разработка услуг для удовлетворения конкретных потребностей конкретных потребителей;
- реализация услуг с упором на улучшение сервиса услуги.

Для реализации этих этапов разрабатывается стратегия учреждения. Так, услуги реализуются путем прямого предоставления непосредственно в учреждениях после обращения потребителей и получения консультации специалиста, а также через фирменные центры оказания услуг. Как правило, наиболее результативным является канал прямого предоставления услуг по договоренности.

Учреждения Республики должны сделать ставку на профессионализм и компетентность персонала и руководства, то есть на стратегическую кадровую политику. Такой подход руководства способствует улучшению функционирования учреждения, поскольку от ошибок при руководстве человеческими ресурсами зависит судьба самого учреждения. Только подобрав квалифицированный персонал, руководители могут обеспечить качество и результативность представленных услуг.

Весь комплекс вопросов работы с кадрами должен быть предусмотрен в каждом учреждении в Программе «Кадровая политика учреждения», которая является планом перспективного развития кадровой политики и содержит текущее планирование работ.

В перспективном развитии необходимо предусмотреть следующие мероприятия:

- совершенствование кадрового состава персонала и руководства;
- подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров, особое значение уделяя персоналу, создание системы образования персонала.

Текущий план конкретизирует перспективный план, отражает вопросы комплектования подразделений необходимым персоналом, их перераспределение и обучение, оценку деятельности и повышение квалификации и осуществление запланированных мероприятий по работе с кадрами. На основании указанной программы должны быть разработаны месячные и личные ежедневные планы персонала. Планы корректируются в течение указанных периодов, и в этом принимают участие все

заинтересованные работники – от младшего персонала до руководителя учреждения.

Основными методами формирования коллектива в любом учреждении Республики должны стать:

- прицельный поиск кандидатов на конкретную должность с ранее очерченными функциональными обязанностями;

- поиск кандидатов на замену вакантных (или перспективно вакантных) должностей среди работников учреждения (накопление информации по личным данным каждого работника, обучение перспективных работников с целью продвижения по службе);

- переподготовка кадров (подготовка персонала согласно новым внешним и внутренним условиям, внутреннее сообщение и активное поощрение перемещений персонала внутри учреждения);

- соответствие конкретного работника занимаемой должности или выполняемой работе (осуществляется также оценка общего образования, опыта и умений персонала).

Заключение. По нашему мнению, данные мероприятия необходимо рассматривать сквозь призму современных теорий мотивации, и тогда можно прийти к выводу, что именно планирование карьеры как элемент управления персоналом имеет непосредственное отношение к мотивации трудовой деятельности. Так, согласно теории Маслоу в число первичных потребностей человека относятся потребности безопасности, попытки быть уверенным, что физиологические и другие приоритетные потребности, в том числе потребности занятости, стабильной работы, будут довольны как в текущем периоде, так и в будущем [2]. При этом модели деловой карьеры должны быть конкретными, т.е. в учреждении должен быть разработан четкий график замещения определенных должностей и соответствующего обучения, стажировки для подготовки руководителя (персонала) необходимого уровня и профиля. Это позволит любому учреждению Республики в полном объеме выполнять все возложенные на них задачи.

Список литературы

1. Питерс Т. В поисках эффективного управления: Опыт лучших компаний / Т. Питерс. – М.: Прогресс, 2010. – 540 с.
2. Маслоу Абрахаам. Мотивация и личность / А. Маслоу // Вестник Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. – 2009. – № 3. – С. 66-75.

УВЕЛИЧЕНИЕ РАБОТОСПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА КАК ОСНОВНОГО КОМПОНЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Саенко В.Г.¹, д-р экон. наук, доц.,
Шавыкин А.В.², Мельник Н.В.²*

¹ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР

²ГОУ ВПО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», г. Донецк, ДНР
info@donvoku.com

Введение. Одной из главных задач общества является стремление неуклонно увеличивать массу рабочей силы в материальном производстве, потому что фонд потребления в обществе выступает средством сохранения человеческого существования до тех пор, пока потенциал рабочей силы позволяет самовоспроизводиться, сохранять за собой функцию способа обеспечения себя и остальной части населения, которая занята в сфере услуг и государственного обеспечения жизнедеятельности или по какой-то причине не принимает участия ни в производстве, ни в управлении, ни в обслуживании.

Цель – исследование основных методических подходов к повышению работоспособности сотрудников как основного и необходимого компонента эффективного управления персоналом.

Основная часть. Методическим подходом принимается известное специалистам положение, по которому утверждается следующее: первично человек способен выполнять определенную работу по самообеспечению на бытовом уровне, а далее он последовательно развивает собственные физиологические профессиональные способности, чтобы включиться в общественно полезный труд. То есть рассматривается человек, который способен осуществлять определенную деятельность, и задачи республики заключаются в расширении его работоспособности средствами, выделяемыми по критерию деятельности и труда.

В структурном отношении исследование подчиняется выявлению взаимодействия человека и профессиональной среды, приводимой в движение трудом. Такая посылка делает логичной реализацию научно-методической схемы поиска совокупности информативных показателей и компонентов по данным рис. 1. В этой схеме основу представляет работоспособность человека.

Принятая схема описания с помощью показателей и компонентов требует объяснения теоретических процессов и их составляющих по сущности в логической последовательности, где первичным элементом выступает «профессиональная среда», в которое человек должен войти

подготовленным работником и исполнителем, то есть «субъектом труда». Выяснением этого, собственно, и нужно заниматься в данных методических положениях, ибо работник со временем должен приобрести соответствующие качества в производственной системе республики, и в дальнейшем включиться в общественное производство.



Рис. 1. Схема работоспособности и ее компонентов

В профессиональной среде – в первой составляющей изучаемой системы – находят место и взаимодействуют «субъект труда» и «факторы профессиональной среды». Установление их сущности и характеристик приведено в указанной последовательности. То есть говорится либо о способности человека к труду, и тогда получается набор его физических составляющих, либо ставится задача выбора отдельного его качества, которую нужно приспособлять соответственно известным производственно-технологическим условиям. Преимуществом по предмету работы предоставляется второму варианту рассмотрения связей, поскольку в нем можно одновременно представить общие процессы трудовой деятельности, состояние работника и принципы рациональной организации рабочих мест и рабочих движений.

Включение в действие индивидуальной способности человека осуществляется именно в профессиональной среде, в которой ряд специфических факторов вносит корректировку ситуации, привычной для

человека. Чем менее подготовлен человек к труду, тем более существенное действие на его психику оказываются этими факторами. По данным исследований [1-3] и др. факторы профессиональной среды влияют в основном на здоровье и работоспособность человека, на его отношение к труду, степень удовлетворенности трудом, эффективность и качество труда. Специалисты делят основные факторы профессиональной среды, как правило, на четыре группы, в числе которых [4]:

1) санитарно-гигиенические (микроклимат, освещенность, уровень шума, механические колебания, излучение и др.);

2) психофизиологические (физическая нагрузка, нервно-психическое напряжение, организация рабочего места и др.);

3) эстетические (художественное оформление интерьера, производственных помещений, пропорциональность форм и цветовое оформление рабочего места и т. п.);

4) социально-психологические (психологический климат коллектива).

Заключение. Подводя итоги, можно сделать вывод, что главным методическим подходом развития работоспособности является приобретение работником профессиональных знаний, навыков и умений для выполнения определенной технологией операций, движений и работы в обозначенном производственном процессе. Методический подход опирается сначала на то известное специалистам положение, что если человек способен плодотворно выполнять определенную работу по самообеспечению на бытовом уровне, то с учетом такой способности можно рассчитывать на то, что такой человек является подготовленным к развитию собственных физиологических профессиональных способностей для включения в общественно полезный труд. То есть в исследовании рассматривается человек самодостаточный, способный осуществлять определенную деятельность, решать и общие задачи как общества, так и производственной системы республики в частности, и параллельно увеличивать свою работоспособность на основе получения опыта.

Список литературы

1. Косилов С.А. Работоспособность человека и пути повышения / С.А. Косилов, Л.А. Леонова. – М.: Медицина, 2017. – 240 с.
2. Зинченко Т.П. Практикум по инженерной психологии и психологии труда: учеб. пособие / Т.П. Зинченко, Г.В. Суходольский, М.А. Дмитриева и др. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 2018. – 208 с.
3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
4. Работоспособность человека [Электронный ресурс]: Энциклопедия производственного менеджера. – Режим доступа: <http://encyclopedia/rabotosposobnost-cheloveka.html> (дата обращения: 23.09.2020).

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Севрюкова С.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

s.sevryukova@donu.ru

Введение. В условиях инновационно-ориентированной экономики перед каждой компанией одним из главных приоритетов является повышение ценности компании. Это обеспечивает получение долгосрочного преимущества и конкурентоспособности. В современной бизнес-среде компании оцениваются на основе престижности и инвестиционного климата человеческих ресурсов компании. И, конечно, ведущее место здесь занимает оценка качества человеческого капитала, в частности, его стоимость и ценность как внутри компании, так и на внешнем рынке. И это в свою очередь оказывает значительное влияние на формирование и развитие у сотрудника компетенций с высокой емкостью информационных и инновационных знаний, наличие умений и навыков у сотрудника с высокой степенью гибкости и мобильности, адаптивности. Поэтому проблема накопления человеческого капитала является актуальной и в современных условиях.

Цель статьи – исследование современных тенденций человеческого капитала компаний.

Основная часть. Одной из важнейших предпосылок для возникновения теории человеческого капитала являются работы ученых-экономистов Л. Вальраса, Дж. Мак-Куллоха, Н. Сениора, И. Фишера, в соответствии с которыми человеческие способности к труду следует рассматривать как человеческий капитал. Значительное влияние на трансформацию значения человеческого капитала в сфере функционирования компаний и корпоративного развития оказали ученые: Г. Саймон (теория принятия решений в экономических организациях), Д. Стиглер (теория промышленных компаний и их выживаемости), Ф. Фодильяни, М. Миллер (теория стоимости компании). Современные западные ученые (М. Блауг, Б. Вейсброд, и др.) в основу своих исследований ставят изучение способностей и деятельности человека как носителя субъективных знаний и важнейшего фактора развития производства [2].

Современная наука уделяет пристальное внимание роли человеческого капитала в обеспечении эффективности системы управления, ее интенсивности развития. Поэтому сформировались два основных подхода к пониманию человеческого капитала. Первый подход основывается на идентификации образования как одной из форм капитала, которая является

неотъемлемой частью человека и выступает источником его будущей удовлетворенности и дохода. Второй подход основывается на инвестициях как долгосрочного источника формирования и развития индивидуального человеческого капитала, а основными инвестициями в этом случае выступают затраты на образование, на охрану здоровья, на обучение и подготовку персонала в компании.

В целом, человеческий капитал следует рассматривать как совокупность приобретенных и упорядоченных запасов знаний, умений, навыков, способностей, дарований, здоровья, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, которые способствуют экономическому росту и влияют на величину доходов их обладателя [1].

Традиционный подход к человеческому капиталу характеризуется: максимальным использованием возможностей работников «в режиме соковыжималки»; повышением квалификации работников, но только с точки зрения целесообразности в контексте минимального воспроизводства требуемых компетенций; непубличными поощрениями. Такой подход не дает развития бизнеса и не позволяет достигать задач и стратегических приоритетов компании.

Современный рынок труда характеризуется существенными деформациями, такими как снижение рейтинга привлекательности инженерных и рабочих профессий; выходом на рынок работников – представителей поколения Y; конкуренцией компаний за профессионалов и таланты, а также появлением базовых узкоспециализированных компетенций сотрудника.

Главная тенденция современного рынка труда в том, что работники начинают выбирать компанию и основными побудительными мотивами являются предоставленные работодателем возможности творческих решений в управленческой деятельности, самореализации и саморазвития индивидуального трудового потенциала. Преимуществом для работодателя является приобретение высоколиквидных сотрудников. Однако это возможно при условии, что работодатель способен предложить сотрудникам возможности для самореализации, условия для проявления их талантов, признает ценность их идей и индивидуальностей.

Сложившиеся условия формируют совершенно новую позицию компаний относительно человеческого капитала, что позволяет выделить биологическую составляющую, которая формирует структуру ценностей индивидов, определяя их мотивацию, а также социальную составляющую – условия достижения мотивов. Однако следует подчеркнуть, что экономическое проявление человеческого капитала заключается в инвестициях в обучение и развитие компетенций сотрудников, социальное развитие персонала компании и т.д. Поэтому в своем интервью основатель концепции измерения рабочей силы и бенчмаркинга человеческого

капитала Як Фитценц отметил, что человеческий капитал следует рассматривать как самый важный актив компании, а основными его компонентами выступают: навыки людей, их способности, мировоззрение, поведение, отношение к компании [3].

Накопление человеческого капитала компании проходит в несколько этапов. Первоначальный этап связан с формированием человеческого капитала и последующим воздействием на изменение его качественной структуры посредством поощрений (компенсации, бонусы). Следующим этапом является развитие человеческого капитала посредством развития компетенций сотрудников компании, обучения (система самообучения, методика ABC-анализа персонала) и воспитания (тренинги, наставничество, корпоративные университеты, школы лидеров). А накопление человеческого капитала следует рассматривать не только с позиции развития и обучения, но и с точки зрения закрепления и удержания сотрудников в компании. Закрепление сотрудников направлено на повышение профессионализма и компетентности сотрудников посредством применения технологий карьерного продвижения (кадрового резерва, промежуточной оценки, аттестации) и удержания (предоставление хороших условий работы, поддержания определённой корпоративной культуры).

Заключение. Новый подход «персонал-инвестиции» создает новые возможности улучшения качества человеческого капитала как индивидуального, так и компании в целом и предполагает соответствие содержания интеллектуальных, духовных и творческих его качеств современным требованиям.

Список литературы

1. Бородин А. Сарайчайкин А., Шаш Н. Человеческий капитал компании: пути повышения его использования // Человек и труд. – 2013. – № 8. – С. 58-61.
2. Слипенчук М. Человеческий капитал и корпоративное управление в современной экономике / М. Слипенчук // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 5. – С. 94-104.
3. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Як Фитц-енц; пер. с англ.: [Мельникова М. С., Леонова Ю. П.]; под общ. ред В.И. Ярных. – М.: «Вершина», 2006.– 320 с.

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ КРУПНОЙ ФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Суптело Н.П., канд. экон. наук, доц.

ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
nsuptelo@muiv.ru

Введение. Мотивация и стимулирование сегодня выходят на первое место в системе управления персоналом [1]. Указанные тенденции обуславливают актуальность обоснования вопросов мотивации работников. Целью исследования является оценка эффективности кадровой политики ПАО «Сбербанк» – одного из инновационных лидеров не только банковского сектора, но и всей экономики России.

Основная часть. Кадровая политика Сбербанка направлена на: обеспечение высокопрофессиональными кадрами; привлечение и удержание перспективных работников; раскрытие и развитие у руководителей и сотрудников профессионального и личностного потенциала, необходимых для эффективной реализации основных направлений бизнеса и достижения поставленных целей [2]; развитие компетенций в сфере корпоративных ценностей; обеспечение социальной защищенности сотрудников;

Как показано на рис. 1, кадровая политика Банка основана на кадровом учете, корпоративной культуре, ИТ-системах, коммуникации. Как следует из таблицы 1, в ПАО «Сбербанк» в 2018 г. происходит сокращение численности персонала на 8298 сотрудников, такие изменения даже при сохранении прежних показателей операционных и комиссионных доходов приведет к росту показателей на одного сотрудника. При этом показатели банка в ключевых характеристиках выросли, а, как следствие, и показатели – чистый комиссионный доход на одного сотрудника, чистый операционный доход на одного сотрудника и чистая прибыль на одного сотрудника – выросли. Существенно вырос коэффициент окупаемости затрат на персонал (с 1,4 до 1,9 за рассматриваемый период). Учитывая рост оплаты труда сотрудников, это свидетельствует о повышении их производительности.

Банк рассматривает своих сотрудников и корпоративную культуру как одно из основных конкурентных преимуществ. Называя систему корпоративной культуры экосистемой, в Банке как раз и имеют в виду особую среду, которая помогает совершенствоваться сотрудникам, а также улучшать жизнь клиентов Банка и всего общества. Основными ценностями корпоративной культуры Банка являются стремление к лидерству, ответственность и саморазвитие, доверие и открытость, командный дух, клиентоориентированность.

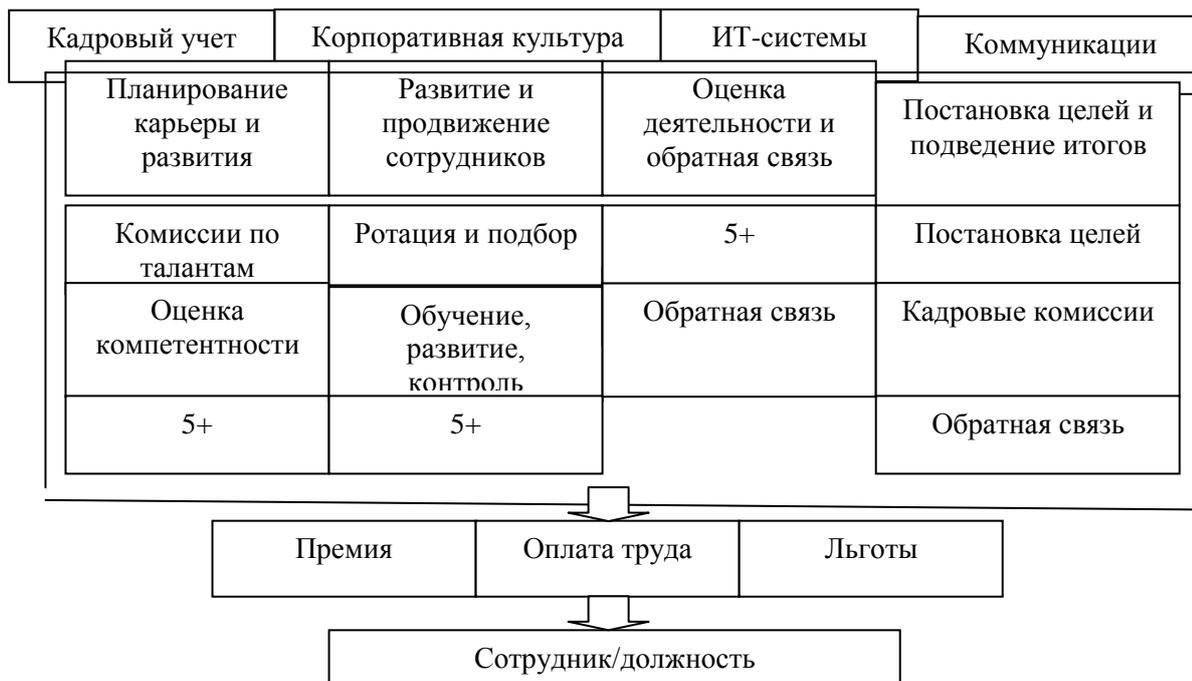


Рис. 1. Практическая реализация кадровой политики ПАО Сбербанк через систему управления персоналом

Таблица 1

Показатели эффективности расходов на персонал

Наименование показателя	2017	2018	Δ +/-
Численность сотрудников, чел.	259999	251701	-8298
Чистые комиссионные доходы, млрд. руб.	349,1	394,2	45,1
Чистый комиссионный доход на каждого сотрудника, руб.	1342697,5	1566144	223446,5
Чистый процентный доход, млрд. руб.	1362,8	1452,1	89,3
Чистый процентный доход на каждого сотрудника, руб.	5241558,6	5769146,7	527588,1
Расходы на персонал, млрд. руб.	384,3	402,7	18,4
Операционные расходы, млрд. руб.	677,6	672,8	-4,8
Доля расходов на персонал в операционных расходах, %	56,7	59,9	3,1
Чистая прибыль, млрд. руб.	541,9	748,7	206,8
Прибыль на каждого сотрудника, руб.	2084238,8	2974561,1	890322,3
Коэффициент окупаемости затрат на персонал	1,4	1,9	0,4

Реализация соответствующих данным ценностям задач связана практически со всеми элементами экосистемы корпоративной культуры Банка [3]. В свою очередь, развитие корпоративной культуры нацелено на дальнейшее укрепление конкурентных преимуществ банка в долгосрочной

перспективе [4]. Управление персоналом реализуются по следующим основным направлениям:

- постановка целей для высшего руководства в соответствии со Стратегией развития на месяцы, кварталы и год, и трансляция их вниз по уровням управления в территориальные управления, филиалы;

- планирование карьеры и развития осуществляется через работу комиссий по талантам, оценку компетентности и оценку персонала по системе «5+»;

- развитие и продвижение сотрудников включают действия по ротации и подбору; обучению, развитию и контролю; оценка по системе «5+»;

- оценка деятельности персонала включает собственно оценку по системе «5+», обратную связь – от сотрудника к руководителю и подведение итогов года;

- на завершающем этапе и одновременно этапе, начинающим новый годовой цикл, после подведения окончательных итогов года осуществляется постановка целей.

Выводы. Таким образом, систему управления персоналом Банка можно также представить в виде непрерывного годового цикла. При этом ПАО «Сбербанк» достаточно сложно конкурировать за таланты с высокотехнологическими компаниями. Необходимо продолжать модернизировать HR-процессы в сторону автоматизации и централизации транзакционных сервисов. В сфере организационного управления необходимо уменьшить иерархию управления и повысить производительность труда сотрудников региональных банков.

Список литературы

1. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е., Апухтин О.О. Мотивация труда как фактор предупреждения противоречий инвестирования в человеческий капитал // Экономика устойчивого развития. – 2015. – № 7. – С. 50-53
2. Руденко Л.Г., Кононова А.Р. Совершенствование кадровой политики компаний как фактора развития трудовых ресурсов городов // Современные проблемы управления природными ресурсами и развитием социально – экономических систем: материалы XII межд. науч.конференции; в 4-х ч. / под ред. А.В. Семенова, Н.Г. Малышева, Ю.С. Руденко. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2016. – Ч. 1. – С. 486-493.
3. Потенциал и современные направления роста отечественной экономики: монография: в 2 ч. / Л.Г. Руденко, А.А. Рязанов, Т.С. Соболев [и др.]. ч.1. – М.: Моск. ун-т им. С.Ю. Витте; каф. экономики городского хозяйства и сферы обслуживания. – М.: изд. «МУим. С.Ю. Витте», 2019. – 273 с.
4. Comparative Analysis of Russian and Foreign Experience in Managing Enterprises' Intellectual Property / O. N. Bykova, A. P. Garnov, D. E. Morkovkin, P. V. Stroeve, L.G. Rudenko, A. V. Zonova, R. V. Livanova, N. I. Isaichykova // Journal of Advanced Research in Law and Economics. – 2019. – Vol. 10. – Issue 4(42). – P. 1046 – 1054. – DOI: [https://doi.org/10.14505/jarle.v10.4\(42\).06](https://doi.org/10.14505/jarle.v10.4(42).06).

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Торба А.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
anastasiya_torba@mail.ru

Введение. Динамичность и постоянная изменчивость общества, а также трансформации микро-и макропроцессов в экономике, обусловленные кризисными явлениями, приводят к необходимости поиска новых форм и путей развития и поддержания устойчивости как отдельных организаций и отраслей хозяйствования, так и государств в целом. Одним из наиболее перспективных способов является привлечение интеллектуальных трудовых ресурсов, которые формируют инновационную экономику, основанную на знаниях. Благодаря взаимодействию образовательных систем с государственными ресурсами и возможностями, происходит создание креативного класса общества, «общества знаний», где в основе находится человеческий потенциал. Таким образом создаются новые точки роста, характеризующиеся безграничностью, нестандартностью и гибкостью, что в условиях нестабильности является главным фактором успешного функционирования.

Изучением проблем становления и развития экономики знаний с помощью человеческого потенциала занимались такие известные ученые как Д. Белл, П. Друкер, Дж. Гэлбрейт, Д. Рисмен, Э. Тоффлер, Т. Стюарт, Д. Шнайдер, Й. Шумпетер и др.

Целью статьи является определение взаимосвязи между человеческим потенциалом и развитием экономики знаний.

Результаты исследования. Одной из главных проблем многих развитых стран мира в связи с различными кризисами является появление ограниченности в ресурсах и энергосырьевых возможностях, а также смена приоритетных промышленных секторов экономики на более инновационные, цифровые, компьютерные. Такие тенденции приводят к необходимости поиска новых способов поддержания конкурентоспособности на мировом рынке и экономической стабильности в целом. Для осуществления данного необходимы нестандартные, мобильные и гибкие решения, предполагающие эффективное управление с помощью инноваций и новизны в абсолютно всех структурных элементах и звеньях. Генератором новых идей и альтернатив является человек, способный создавать новый интеллектуальный продукт или использовать нестандартно старый. Особую роль при осуществлении этого оказывают знания, навыки, качества и способности индивида – его потенциал и потенциальные возможности.

Человеческий потенциал является движущей силой экономического развития. Его можно рассматривать как систему взаимосвязанных элементов,

воспроизводство которых позволяет повышать качество жизни, а также раскрывать более полно реальные и скрытые ресурсы. Как правило под человеческим потенциалом понимается совокупность способностей и профессионально значимых компетенций, мотиваций и морально-этических принципов человека, приобретаемых в процессе получения образования и трудовой деятельности. По своей сути его можно сравнить с доходом от вложений в ценные бумаги или банковское кредитование, так как при накоплении он увеличивается и человек может получать ренту в виде повышения квалификации и конкурентоспособности как трудового ресурса.

Развитие человеческого потенциала происходит благодаря государству, так как оно закладывает базовые условия и возможности в получении образования, социализации, медицинского обслуживания, трудоустройства. Можно говорить о том, что развитие человека зависит от предоставляемых возможностей и ресурсов самого государства.

Основополагающим в формировании человеческого потенциала является образование и научная деятельность, так как их главная задача состоит в подготовке конкурентоспособных работников, способных ответить на вызовы времени. Согласно данным Всемирного банка мировой экономический рост обусловлен на 64 % развитием человеческого потенциала и всего лишь на 16 % – физическим трудом. Это подтверждается также тем, что мировой рынок инновационных товаров и услуг на сегодняшний день растет в пять раз быстрее, чем традиционные рынки. Во многих развитых странах 40 % валового национального продукта формируется за счет нововведений и инноваций, создающихся высококвалифицированными специалистами [1]. Таким образом, существующие тенденции привели к появлению такого понятия как «экономика знаний» – это модель развития, основанная на трудовых ресурсах, их знаниях, возможностях и потенциале.

Впервые об экономике знаний как о новой экономической модели упоминалось в работах Й. Шумпетера. Ученый сформировал концепцию развития государства на основе инноваций, которые имеют три стадии: инвенция, инновация и имитация. В дальнейшем исследование получило продолжение в трудах Д. Белла, П. Сорокина, Э. Тоффлера, согласно которым была сформирована концепция постиндустриального общества, основанного на свободном доступе к знаниям (в первую очередь, научным) и научно-техническом прогрессе (НТП) [2]. Особый вклад в развитие экономики знаний вложил П. Друкер, говоря о знаниях как о главном экономическом ресурсе нового общества. При этом ученый подчеркивал высокую значимость интеллектуальных ресурсов и человеческого потенциала при решении социальных, экономических, технологических и политических проблем общества. Так, П. Друкер ввел в экономическую литературу такое понятие как «работник знаний» и провел сравнительный анализ с «ручным работником»: первый применяет свой интеллект и создает идеи, знания и в итоге, информацию, приводящую к экономическому

эффекту, второй работник использует свои руки и, тем самым, производит товары или услуги [3].

Исходя из этого, можно предположить, что главным производственным фактором развития является «высокоразвитая инициативная рабочая сила», от которой зависит создание нового знания, превращение его в инновацию и распространение на мировом рынке инновационных товаров и услуг.

Необходимо отметить, что новые высокоразвитые кадры, формируя новую экономику – экономику знаний, значительно влияют на глобализационные процессы, и, соответственно, на структуру рынка труда. Так, появляется зависимость между уровнем образования индивида, его трудоустройством и профессиональной деятельностью от накопленного им человеческого потенциала. При этом, в самой структуре рынка увеличивается спрос на интеллектуальных сотрудников, повышаются требования к таким кадрам, растет потребность в инновационном образовании. Это объясняется тем, что такие сотрудники способны быстро анализировать ситуацию и принимать решения, обрабатывать большие объемы информации, креативны и готовы к саморазвитию и совершенствованию своих навыков. Кроме того, непрерывный процесс инноваций, ныне присущий всем сферам деятельности человека, требует от индивида способности в кратчайшие сроки адаптироваться к изменениям социально-экономической среды.

Заключение. Подводя итог, можно отметить, что именно образование и образовательные системы являются главным фактором успешного развития человека, создания его потенциала, и, как следствие, основой формирования экономики знаний. Высокий уровень образования населения создает на национальном уровне предпосылки для развития «чувствительного к качеству» спроса на высокотехнологичную продукцию, что стимулирует разработку все более инновационной продукции и технологических процессов.

Список литературы

1. Фасхиев Х.А. Интеллектуальный капитал – основа инновационного развития предприятия / Х.А. Фасхиев // Экономика и управление народным хозяйством. – 2017. – Т. 16. – № 1 (46). – С. 207-219.
2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. – М.: Директмедиа Пабблишинг. – 2008. – 436 с.
3. Друкер П.Ф. Энциклопедия менеджмента / П.Ф. Друкер. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2004. – 432 с.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ И ЭКОНОМИКА ТРУДА

Хачатрян А.А.

ГБПОУ КК «Белореченский индустриально-технологический техникум»,
г. Белореченск, РФ
azatui90@mail.ru

Ведение. Корпоративная культура – это явление относительно новое для российского экономического пространства, хотя на Западе концепция корпоративной культуры была сформулирована около двадцати лет назад. Ее появление было связано с пересмотром научно-практических позиций по отношению к человеческому капиталу, роли привлечённых работников как основного субъекта производственных отношений и к системе управления.

Корпоративная культура—общепринятые на предприятиях понимания ценностных норм и примеров дисциплины, определяющие смысл и образ работы сотрудников независимо от их должностного положения и обязанностей, принципов, традиций и ценностей, позволяющих всем работникам предприятия идти в одном направлении как единому целому.

Некоторые модели поведения, которые сформированы предприятием в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, описывают свою эффективность и принимаются многими членами данного предприятия.

Общий комплекс мнений, бездоказательно используемых всеми членами конкретного предприятия, и задающий общие рамки поведения, применяется огромной частью данного предприятия.

Цель исследования – изучение и исследование корпоративной культуры на предприятии.

Основная часть. Корпоративная культура включает в себя целый ряд компонентов:

- знание целей и задач предприятия, ее роли в обществе;
- ценностные установки;
- комплекс поведения сотрудников в разных ситуациях;
- стиль руководства предприятием;
- принципы и способы действий между структурными подразделениями, а также между руководителем и подчиненными;
- нормы делового общения при работе с клиентами и внутри коллектива;
- меры разрешения возникающих конфликтов;
- культура, верования, обычаи, ритуалы, символика.

Обычно существующая на предприятиях корпоративная культура представляет собой сложный комплекс предположений, априори

принимаемых членами коллектива и задающих фиксированные рамки поведения.

Современные руководители и управляющие наблюдают культуру своего предприятия как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все направления и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними. Они стремятся создать свою собственную культуру для каждого предприятия так, чтобы все сотрудники понимали и придерживались её. Современные предприятия, как правило, представляют собой поликультурные образования. На практике каждое предприятие несёт в себе черты различных типов культуры, и задача взявшегося за анализ предприятия - выявить доминирующие типы, при этом не упустив развивающиеся или несущественные, на первый взгляд, тенденции.

На современных предприятиях можно выделить доминирующие культуры и субкультуры. Так, доминирующая культура выражает основные или главные ценности, которые принимаются большинством сотрудников предприятий. Доминирующая субкультура отличается собственной системой ценностей, верованиям, нормам, атрибутикой внутри данного предприятия.

Заключение. Корпоративная культура связана с итогами работы предприятия. Чем больше развита корпоративная культура, тем эффективнее работает предприятие с точки зрения экономического роста, удовлетворенности сотрудников своим трудом, уменьшения потока кадров и т.д.

Корпоративная культура предприятия стремительно развивается. Например, у предприятия есть свое направление, эмблема, символ и форма для сотрудников, а также свой кодекс, вера и принципы работы.

На современных предприятиях используют разные методы для поддержания мощной корпоративной культуры. Например, методы повышения квалификации сотрудников путем тренинга, а также ежегодные конкурсы, корпоративные выезды на природу и т.д.

Список литературы

1. Антикризисное управление: учебник под ред. И.К. Ларионова. – М.: Дашков и К, 2012. – 380 с.
2. Захаров В.Я. Антикризисное управление, Теория и практика / В.Я. Захаров, А.О. Блинов, Д.В. Хавин. – 2012. – 295 с.
3. Арсеньев Ю.Н. Управление персоналом: технологии: учебное пособие / Ю.Н. Арсеньев, С.И. Шелобаев, Т.Ю. Давыдова. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 192 с.
4. Бабосов Е.М. Управление персоналом: учебное пособие для вузов / Е.М. Бабосов, Э.Г. Вайнилович, Е.С. Бабосова. – Минск: ТетраСистемс, 2012. – 288 с.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Цехан С.И.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
stas.tsehan@gmail.com

Введение. В современных условиях нестабильной экономической ситуации одной из приоритетных задач руководства организации является сохранение кадрового состава. Высококвалифицированные специалисты являются ключевым ресурсом, при отсутствии которого выход организации из кризисной ситуации практически невозможен.

Решение проблемы правильной мотивации сотрудников для удержания их в организации становится актуальным при антикризисном управлении компанией. Таким образом, в кризисных условиях следует вносить изменения в систему материального и нематериального стимулирования персонала организации, так как именно в таких условиях руководство сталкивается с рядом кадровых проблем, таких как неудовлетворенность размером заработной платы и временными задержками ее выплаты; социально-психологический аспект, который заключается в страхе работника потерять рабочее место и неуверенности в перспективе развития компании.

Целью исследования является исследование особенностей мотивации работников в условиях кризиса.

Основная часть. Мотивация персонала является одним из главных факторов поддержания стабильности рабочего процесса организации в условиях кризиса. Что касается выбора способа мотивации персонала, руководителю следует исходить из финансовых возможностей организации в данный период и корпоративных целей [2, с. 81].

В зависимости от кадрового состава и численности оптимальным вариантом может стать сочетание материальных и нематериальных методов. В современных организациях высококвалифицированные специалисты ожидают от рабочего процесса не только денежного поощрения, но и морального удовлетворения [2, с. 85].

Для мотивирования персонала следует учитывать существующие типы мотивации:

1. Экономический. Представляет собой вознаграждение в виде премий, надбавок, доплат и т. д.;

2. Административный. Применение нематериальных методов стимулирования представляет собой прилюдное выражение благодарности, повышение по службе без прибавки к заработной плате, присвоение грамоты за достижения в рабочей деятельности и т. д.;

3. Социально-психологический. К примеру, создание благоприятного климата в коллективе с целью снижения напряжения у сотрудников из-за работы в стрессовых условиях [1, с. 147].

В условиях кризиса основной целью сотрудников организации является сохранение за собой рабочего места и оплаты труда. Зачастую при возникновении кризисной ситуации руководство организации сокращает заработную плату, что является существенной ошибкой. В данной ситуации для предприятий с тарифно-премиальной системой оплаты труда целесообразно вместо сокращения оклада сократить ежеквартальные премии и вместо 1 коэффициента использовать 0,8, где:

0,4 коэффициента – это выполнение задания по финансовым результатам;

0,4 коэффициента – достижение индивидуальных показателей, к примеру, выполнение ключевых задач организации [3, с. 26].

Для организаций с незначительным количеством выплат премий можно осуществить переход от оплаты труда к оплате результата. В этом случае следует разъяснить сотрудникам, каким образом формируется их доход, при выполнении каких задач они получают бонус, в какие сроки будет произведена оплата. Можно осуществлять регулярный контроль над достижениями сотрудников поставленных целей в виде отчетов, совещаний и т.д. [3, с. 27].

Однако, так как в условиях кризиса руководство организации не может должным образом материально стимулировать работников, следует развивать методы нематериальной мотивации. В первую очередь следует проинформировать персонал о текущем положении организации и предоставить информацию о планах выхода из кризисных условий. Информировать персонал следует во избежание появления слухов и излишней паники, что непременно приведет к дестабилизации рабочего процесса в организации. Информацию о текущем положении организации следует упростить и адресно распределить по форме и содержанию в соответствии с должностным уровнем сотрудников, для которых она предназначена [4, с. 30].

Вовлечение персонала в процесс принятия антикризисных решений, а также внесение их предложений по выходу из кризисной ситуации позволит осознать сотрудникам свою причастность и значимость для организации. Регулярное информирование о том, что принятые меры и совместная работа дают положительный результат, будет мотивировать персонал к еще большей отдаче. Для успешного антикризисного управления руководителю следует показать на своем примере, как важны активные действия и отдача энергии для выхода из кризисной ситуации, что позволит создать боевой дух команды [4, с. 31].

Нематериальные мотиваторы следует подбирать на основе данных, собранных о сотрудниках организации. Для большей эффективности

сотрудникам необходимо предоставлять поощрения, которые действительно им нужны. Для этого следует налаживать обратную связь не только в условиях кризиса, а лучше с самого момента поступления работника на должность [1, с. 227]. Действенным методом в качестве поощрения может выступать малобюджетное обучение от организации. К примеру, эффективным мотиватором для перспективных сотрудников станут курсы повышения квалификации, семинары и конференции. Данный способ поможет работнику развиваться самому и повысить его лояльность компании, а что самое главное, таким образом работник может положительно повлиять на деятельность организации [2, с. 169].

В условиях кризиса в организации нельзя отказываться от корпоративных мероприятий, неформальных встреч, поездок, различных конкурсов типа «Лучший работник месяца», «Самый вежливый сотрудник» и т.д., так как благоприятная и располагающая обстановка в коллективе и организации в целом как нельзя лучше будет мотивировать сотрудников. Применение методов тим-билдинга также положительно скажется на социально-психологическом климате в коллективе [3, с. 29].

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что для мотивации персонала в условиях кризиса необходимо: 1) проинформировать сотрудников о том, что организация находится в условиях кризиса; 2) сформировать плановые действия по выходу организации из кризисной ситуации; 3) сообщить сотрудникам о разработанных действиях по выходу из кризиса; 4) предоставлять информацию на совещаниях и планерках об успешной реализации антикризисных действий, а также о роли сотрудников в их реализации; 5) поощрять персонал за понимание принятых мер и их активную работу в условиях кризиса посредством грамот и благодарностей; 6) проводить корпоративные мероприятия, поездки, конкурсы с целью поддержания благоприятного психологического климата в коллективе.

Список литературы

1. Данилюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие / А.А. Данилюк. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2015. – 304 с.
2. Родионова Е.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / Е.А. Родионова. – М: Изд-во Юрайт, 2016. – 279 с.
3. Абрамкина М.О. Мотивация персонала в условиях финансово-экономической деятельности / М.О. Абрамкина // Вестник Самарского государственного университета им. академика Королева. – 2015. – Т. 3(7). – С. 25-29.
4. Дьяков И.И. Мотивация персонала в условиях кризиса / И.И. Дьяков // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2016. – Т. 8.1 (112.1). – С. 29-31.

КРИТЕРИИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРИГОДНОСТИ

Черкашина Л.В., канд. экон. наук, доц.

Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
milasergey2000@gmail.com

Введение. Определение профпригодности – это дело работодателя. Дело работника, а точнее – соискателя определенной должности – это доказать свою профессиональную пригодность к занятию этой должности. Так, профпригодность определяется, исходя из анализа резюме, медицинских документов (справка 086/у) и, конечно, личностных характеристик претендента.

Необходимым требованием для диагностики профессиональной пригодности является наличие оценочных критериев.

Основная часть. Наиболее трудная и ответственная часть работы по отбору тестов и других показателей связана с обоснованием критерия.

Зачем нужны критерии? Для валидации разработанной модели компетенций (или составленного списка профессионально важных качеств) и проверки диагностических возможностей методов отбора (тестовой батареи, структурированного интервью, ситуативных упражнений для ассесмента и пр.). При разработке программы профессионального отбора диагностику профпригодности вначале проводят на тех, кто уже работает на предприятии, а затем экспертным (или другим) методом собирается информация об уровне их профессионализма, количественных и качественных показателях их труда.

Эти данные представляют собой переменную Y . Результаты по Y коррелируются с тестовыми результатами X . Составляется корреляционная матрица. Отбор показателей и тестов начинается с осмотра коэффициентов корреляций каждой переменной j (в матрице X) с критерием Y . Значимые коэффициенты корреляции указывают на связь теста j с критерием, а, следовательно, на его потенциальную пригодность для отбора. Может оказаться, что при использовании одного критерия более валидными окажутся одни тесты, при использовании другого – другие тесты. Имеются тесты, которые валидны сразу по нескольким критериям [1].

В качестве критериев используются обычно следующие показатели: производительность труда, размер заработной платы (процент от сделок), уровень мастерства (разряд, классность), эффективность труда, качество труда и прочие.

Выделяют три вида критериев:

1) критерии непосредственного уровня. Пояснение того, какое поведение и какие действия требуются на данной должности, содержащееся в

описании должности, полученном в результате анализа профессиональной деятельности;

2) критерии среднего уровня основываются на существующих для данной должности стандартах профессиональной деятельности, устанавливают требования к производительности или качеству труда;

3) итоговые критерии используются для оценки того, какой вклад вносит конкретный сотрудник в достижение целей организации (чистая прибыль, уровень производительности, рост доли продукции на рынке). Эти критерии можно выявить путем анализа документов компании [2].

Кроме того, критерии оценки профессиональной деятельности подразделяются на три основных типа в зависимости от вида данных, используемых для сравнения профессионалов между собой:

- производственные данные (результаты труда),
- данные, подлежащие экспертной оценке или наблюдению (оценки деятельности профессионала другими людьми),
- данные учета персонала отдела кадров.

Критерии могут быть окончательными (конечными) и промежуточными (вспомогательными).

Промежуточные критерии – это конкретные показатели. Например, окончательный критерий – качество обучения. Промежуточный, опосредованный – оценки, количество поступлений в аспирантуру. Проблема релевантности таких критериев заключается в том, насколько промежуточный критерий отражает окончательный результат. Окончательный критерий использует важнейшее понятие – цель профессиональной деятельности. Например, цель продавца – продать как можно больше товара.

Однако возникает вопрос: с помощью каких показателей оценивать достижение или не достижение цели? Например, цель преподавателя – высокое качество обучения студентов. В этом случае трудно найти чистый критерий. Конечная цель и критерий, как правило, представляют собой сложный, комплексный показатель. При этом цель делится на промежуточные цели.

Встает проблема релевантности критерия – насколько критерий адекватно отражает основные цели деятельности, насколько он может служить показателем успешности достижения цели. Работа подразделения в отсутствие руководителя может служить критерием эффективности деятельности руководителя.

Существует также проблема контаминации критерия – его «загрязнения» действием других критериев. Так, на количество проданного товара влияют не только эффективность деятельности, но и место в торговом зале. Надежность критерия отражает степень, с которой критерий характеризует устойчивые стабильные параметры в профессиональной деятельности. Снижают надежность контаминация, недобросовестность измерения критерия.

Виды критериев различаются также по характеру профессиональной деятельности:

1. критерии для «производящих» видов работ, где есть четкие единицы продукции: производительность, которая может быть контаминирована плохой организацией труда, плохим оборудованием; качество продукции (количество брака); количество инцидентов (аварий, сбоев, нарушений технологического процесса); заработная плата – динамика изменения, частота, общий уровень – значительно контаминирована; успешность профессионального обучения – непригодна для уже работающих; количество прогулов; темпы профессионального роста [3];

2. критерии для «непроизводящих» видов работ: оценка исполнения деятельности в специально организованных ситуациях; методы субъективной оценки сверху (руководитель), сбоку (коллеги), снизу (подчиненные), самооценка. Основные способы использования субъективных критериев:

а) ранжирование (всех работников по уровню успешности);

б) метод парных сравнений: каждый работник должен побывать в паре со всеми другими; выбирается в каждой паре более успешный; подсчитывается количество выборов. Недостаток – трудно проводить в большой выборке, желательно не более 15 человек.

в) метод непосредственной оценки, рейтинг: задаются шкалы (вербальная, численная, графическая);

г) взвешенные контрольные списки: выбор перечня поведенческих проявлений успешной и неуспешной деятельности. Эксперты отбирают наиболее существенные проявления. После подготовки списков все показатели перемешиваются. Руководитель должен оценить по списку, какие из проявлений свойственны подчиненному.

Заключение. Диагностика профессиональной пригодности работника имеет своей целью выявить уровень его потенциальных возможностей с целью оценки перспектив роста (ротации), а также разработки кадровых мероприятий, необходимых для достижения целей кадровой политики.

При проведении диагностики профессиональной пригодности работника в первую очередь оцениваются профессионально важные психофизиологические свойства и умения.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. К вопросу о трудоустройстве выпускников образовательных организаций в Рязанской области // Материалы III Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики, права и образования в XXI веке». – М.: ЧОУВО МУ им. С.Ю. Витте, 2017. – С. 325-329.
2. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. – Курск: ФГБОУ ВО ЮЗГУ, 2018. – 142 с.
3. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Проблемы подготовки кадров для местного самоуправления // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2018. – № 4 (20). – С. 122-128.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРЕШЕНИЯ КОНФЛИКТОВ В ТРУДОВОМ КОЛЛЕКТИВЕ

Черкашина Л.В., канд. экон. наук, доц.

Филиал ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
milasergey2000@gmail.com

Введение. При возникновении конфликтной ситуации в коллективе к ее разрешению нужно тщательно подготовиться и только потом приступать к действиям. В реальности же чаще бывает наоборот: руководитель сразу приступает к разбору полетов. Чтобы разрешить конфликт между сотрудниками, первым делом необходимо определить и описать проблему. Сразу вызвать конфликтующих членов команды в кабинет руководителя на разговор (а именно такой вариант разрешения ситуации обычно напрашивается) – в корне неверная тактика. Не стоит руководствоваться эмоциями или первым впечатлением – лучше собрать все необходимые факты и доказательства (путем личного наблюдения или общения). Так можно аргументировано предъявить поссорившимся свои претензии. Следует поговорить с каждым из участников конфликта индивидуально, выяснить в максимально спокойной обстановке, что думает каждый из них. Потом принимать решение исходя из фактов и донести его до сотрудников в такой же спокойной форме [1].

Основная часть. Возникновение конфликтных ситуаций можно, без тени сомнений, назвать нормой абсолютно для любых коллективов, включая трудовые. Конфликты в принципе должны появляться в любых отношениях, потому что ни один человек не может идеально подходить другому человеку. Другое дело, что конфликты могут протекать в формате скандалов и ссор, а могут – в формате уважительного обсуждения и поиска компромиссов.

В общем случае разрешение конфликтов должно выполняться по следующему алгоритму:

1. Прояснение ситуации. Необходимо выяснить, почему это противоборство в принципе возникло. Чаще всего на этом этапе речь идет о претензиях обеих сторон ко второму участнику конфликта.

2. Продумывание «идеального результата». Нужно спросить у каждой из сторон, чего бы она, в идеальном случае, хотела достигнуть по итогам сложившейся ситуации. Вполне возможно, что это будет что-то невыполнимое.

3. Подключение логики. Здесь требуется обрисовать конфликтующим сторонам сложившееся положение (использовав информацию, полученную на предыдущих этапах) и попросить их перейти от эмоций к

здравому смыслу. Конструктивное разрешение конфликта невозможно без «холодного ума», поэтому не стоит переходить к этой фазе, если противостоящие стороны еще слишком перевозбуждены от недавней перепалки.

4. Поиск компромиссного решения. Когда все точки над «и» расставлены, ситуация раскрыта, как на ладони, со всех сторон, нужно найти выход, который устроит обоих участников. Такое разрешение конфликта может выполнить как лицо, выполняющее роль своеобразного арбитра, так и сами конфликтующие стороны [4]. Другими словами, если вы чувствуете, что они, увидев ситуацию с обеих сторон, смогут договориться сами, то оставьте разрешение конфликта на них. В противном случае необходимо вспомогательное вмешательство извне. Главное здесь – объяснить, что без компромисса ситуация не разрешится никак, и постараться найти такой выход, который будет примерно равнозначен для обеих участников конфликта (например, вынудит их обоих идти на одинаковые по силе уступки).

5. Примирение. Когда способ разрешения ситуации найден, важно четко проговорить его, зафиксировать в памяти враждовавших сторон, и призвать их к мирному сосуществованию в рамках найденного компромисса. Они должны отчетливо понять, что были услышаны, что их интересы были учтены, и что для собственного блага они должны следовать найденному способу решения проблемы [3].

Такое разрешение конфликта называется конструктивным, поскольку оно позволяет стабилизировать ситуацию в коллективе, и даже выйти на более высокий, более совершенный уровень функционирования. И даже если для этого потребуется, например, реорганизовать действующую структуру организации – оно, вполне возможно, будет того стоить.

Выделяют также деструктивные конфликты, которые не находят эффективного разрешения, а приводят к ухудшению атмосферы, повышению враждебности между сотрудниками, психологическому дискомфорту, снижению продуктивности труда. Такие ситуации крайне негативно сказываются на состоянии любой компании (вплоть до развала и ухода всего коллектива), и чем дольше конфликт затягивается – тем больше у него шансов стать деструктивным. Поэтому запускать конфликтные ситуации нельзя, пусть для их разрешения и требуется приложить определенные усилия и потратить некоторое время.

Также эффективным методом разрешения конфликтов является ведение переговоров. Этот метод основан на стремлении к взаимной выгоде и разрешению конфликтов. С его помощью мы разделяем людей и проблемы, обращая основное внимание на интересы, а не на позиции, создавая возможности для взаимного согласия и взаимной выгоды и объективно оценивая результаты.



Рис. 1. Изменение интенсивности конфликта [2]

Интенсивность конфликта уменьшается по мере того, как мы перемещаемся от «позиций», соответствующих стадии 1 (наивысшая интенсивность конфликта), к «вариантам соглашения», соответствующим стадии 4 (наименьшая интенсивность конфликта) (рисунок 1).

Заключение. Если конфликты в организации неизбежны, и, тем более, естественны, то, чтобы быть на волне (в топе лидеров), использовать энергетику конфликта для развития сотрудников, необходимо настроить себя на установку управлять конфликтными ситуациями. Важно специально не нарываться, а гибко переводить конфликт в конструктивное русло и выходя, фиксировать результаты.

Следует помнить, что подавление конфликта ведет к его обострению. Несколько мелких нерешенных конфликтов могут привести к одному стратегически фатальному.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б., Положенцева А.С. Формирование корпоративной культуры в учреждении дополнительного образования // Актуальные проблемы современного общества и пути их решения в условиях перехода к цифровой экономике: материалы XIV международной научной конференции. – М.: ЧОУВО МУ им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 387-394.
2. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Корпоративная социальная ответственность. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2018. – 142 с.
3. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Формирование толерантной общественной среды через социальную интеграцию // Религия и общество: проблемы взаимодействия: материалы Международной научно-практической конференции. – Казань: ООО «БУК», 2017. – С. 21-23.
4. Лящук Ю.О., Исаева А.Г. Анализ составляющих системы мотивации // Вестник Совета молодых ученых Рязанского государственного агротехнологического университета имени П.А. Костычева. – 2020. – № 1 (10). – С. 41-44.

ПРОБЛЕМА МИГРАЦИИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Шаповалова Э.В., канд. экон. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
upiet_donnu@mail.ru

Введение. Миграция – это любое территориальное перемещение населения, связанное с пересечением как внешних, так и внутренних административно-территориальных образований. Миграция населения может быть с целью смены постоянного места жительства или временного пребывания на территории для осуществления учёбы или трудовой деятельности.

В 2014 году вследствие государственного переворота на Украине было образовано новое государство – Донецкая Народная Республика на территории бывшей Донецкой области. С началом боевых действий на территории ДНР получила распространение миграция рабочей силы.

Понятия «беженец» и «вынужденный переселенец» часто отождествляют. Схожесть этих понятий действительно существует, однако есть и различия, как в оформлении статуса «беженец» или «вынужденный переселенец», так и в самой ситуации, согласно которой лицо причисляется к той или иной категории.

Главным различием беженцев и вынужденных переселенцев выступает гражданство. Беженец не является гражданином страны, в пределах которой проживает, а вынужденный переселенец –лицо, являющееся гражданином страны, либо иностранным гражданином, проживающим постоянно и на законных основаниях в стране.

Цель. Определение основных направлений решения проблемы миграции в Донецкой Народной Республике.

Основные результаты. ВДонецкой Народной Республикес началом боевых действий сложилась непростая обстановка. Люди не до конца понимали, что им делать. Многие промышленные предприятия были либо разбомблены, либо переехали в ту часть Украины, которая была неподконтрольна ДНР. Так и началась миграция трудовых ресурсов.

Одной из определяющих составных оттока трудоспособного населения из ДНР сыграли националистические взгляды. Некоторые не приняли тот общественный строй, на путь строительства которого встала республика. В первые годы войны – это период с 2014 г. по 2016 г., из ДНР мигрировало соответственно: 9 239 чел., 3 602 чел., 7 445 чел.

На данный показатель повлияла нестабильная политическая ситуация в Республике. Многие лица трудоспособного возраста вынуждены уезжать на заработки в Российскую Федерацию, так как в ДНР

существует недостаток предложения рабочих мест. Если просматривать эту тенденцию в процентном соотношении, то за последние шесть лет так распределился отток трудовых ресурсов по областям РФ: Московская область – 28 %, Краснодарский край – 15 %, Ростовская область – 14 %, Республика Крым – 12 %, другие области – 31 %.

Заключение. В Донецке перед войной было около миллиона жителей. Сейчас – более 900 тыс. чел. В Донецк переселилось очень много людей из обстреливаемых территорий, а также с подконтрольной части Украине, сторонников «республики». И они переселялись, как правило, в Донецк, потому что здесь больше возможности найти работу, жилье.

Население Донецка приближается к довоенному уровню. Но за счет людей, приехавших сюда из иных регионов. При этом из ДНР продолжают выезжать много жителей. Учет населения ведется, но цифры очень изменчивы, потому что идет постоянная миграция. Самые большие перетоки населения были, конечно, в 2014-м – начале 2015-года. Люди были вынуждены по разным причинам (в первую очередь, по причинам безопасности) покинуть территорию, но вместе с тем, большое количество людей, которые выехали, сейчас возвращаются в республику. Это все коррелируется с экономикой. Потому что нельзя сравнить 2014-й с 2015-м годом, 2015-й с 2016-м и т.д. Каждый год наблюдаются определенные сдвиги в экономике. По состоянию на 1 марта 2020 года в ДНР проживает 2 млн 262 тыс. 504 чел. В Донецке и входящих в его структуру города Моспино и поселков числится 941 126 чел.

Подводя итоги можно сказать, что пока в стране не будет решена проблема рабочих мест и достойного уровня заработной платы, установлена политическая стабильность, миграционный процесс будет продолжаться.

Список литературы

1. Бекашев Д. К. Международно-правовое регулирование вынужденной и трудовой миграции / Д.К. Бекашев, Д.В. Иванов. – М.: Проспект, 2015. – 392 с.
2. Дерен В.И. Мировая экономика / В.И. Дерен. Смоленск, 2018. – С. 215.
3. Рыбаковский, Л. Л. Миграция населения: учебное пособие для вузов / Л. Л. Рыбаковский. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 480 с.
4. Официальный сайт Организации Объединенных Наций (раздел Миграция) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.un.org/ru/sections/issues-depth/migration/>.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ В КОНКРЕТНЫХ СИТУАЦИЯХ

Штреккер И.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
ira.shtrekker@mail.ru

Введение. Сегодняшний работник должен обладать стратегическим мышлением, предприимчивостью, широкой эрудицией, высокой культурой. Это выдвинуло на повестку дня требования непрерывного развития персонала, то есть проведения мероприятий, способствующих полному раскрытию личного потенциала работников и росту их способности вносить вклад в деятельность организации.

Цель работы – потребность в повышении квалификации (обучении) может быть выяснена в процессе отбора кандидатов, при введении в должность, во время аттестации, из текущих бесед. По каждой профессиональной группе работников можно зафиксировать набор навыков и умений, составляющих основу профессии, ранжировать их и, оценив состояние обучаемого, составить соответствующие учебные программы. Их индивидуализация и рационализация позволяют снизить сроки обучения. Но при этом нужно иметь в виду, что развитие в равной мере всех профессиональных и управленческих качеств нереально.

Основная часть. Профессиональным обучением охватываются либо вновь принятые сотрудники для ускорения процесса их адаптации, либо работающие, у которых должны появиться новые обязанности: в этом случае речь идет о повышении квалификации кадров. Такие мероприятия могут быть индивидуальными или групповыми, проводиться на рабочем месте или специализированно, ориентированными на развитие общих или специфических навыков и умений.

Организация познавательной деятельности слушателей, построенная на анализе конкретных ситуаций, является одной из наиболее активных форм занятий. Описание ситуаций может носить различный характер в зависимости от цели ее использования в учебном процессе. Достаточно эффективной является практика применения так называемых микроситуаций. Их описание бывает, как правило, весьма лаконичным, обычно не более нескольких строк. Выражается суть конфликта или проблемы с весьма схематическим обозначением обстоятельств. Такие ситуации обычно применяются в ходе лекционного занятия, которое в этом случае проводится в форме лекции-дискуссии, или на занятии, которое служит дополнением к лекционному курсу. Применение такой микроситуации создает возможность внести в учебный процесс элементы проблемного обучения, требует от слушателя новых самостоятельных

выводов и обобщений, заостряет его внимание на изучаемом материале. Одним из учебных документов, необходимых для успешного внедрения и массового распространения на производстве передовых приемов и методов труда, является описание. Описание должно давать четкое представление о сути данного приема и метода труда, особенностях и последовательности их выполнения. Микроситуации могут быть введены в аудиторию как в письменной, так и в устной форме, а также с применением слайдов, диафильмов и т.п.

Другой разновидностью являются ситуации, которые служат своеобразной иллюстрацией к изучаемому материалу. Это чаще всего относительно подробное описание событий с указанием хронологических и других данных, иногда исторически достоверное, а во многих случаях являющееся творческим обобщением характерной действительности. Изучение образцов управления (самоуправления) на примере успешной деятельности известных руководителей или коллективов позволяет критически оценить и творчески освоить опыт. Дискуссия разворачивается главным образом вокруг вопросов, которые ставит преподаватель. Чаще всего эти вопросы направлены на оценку ситуации, рассматриваемых в ней проблем, лиц, их поведения в данной конкретной обстановке, их решений, а также оценку (прогнозирование) возможных последствий развития и т.п.

К такого рода ситуациям обычно слушателям задается несколько вопросов для анализа и дискуссии. В их числе могут быть вопросы такого характера: «Как вы оцениваете поведение руководителя в данной обстановке?», «Как вы поступили бы на его месте?», «Каковы, по вашему мнению, причины, побудившие такого-то работника к таким-то действиям?», «Какими могут быть последствия?», «Какие можно сделать выводы из анализа подобного рода явлений?».

Для формирования или совершенствования умений в применении полученных знаний наиболее применимы ситуации-проблемы, т.е. ситуации, в которых слушателям предлагается не только провести анализ сложившейся обстановки, но принять обоснованное решение. Это так называемая «ситуационная задача». Указанный эффект будет тем выше, чем предметнее дискуссия. Достигается это с помощью разбора конкретных ситуаций или анализа и обсуждения конкретного материала.

Для того, чтобы представить себе специфику описания и применения в учебном процессе ситуационной задачи, прежде всего, следует отметить, чем она отличается от обычной учебной задачи-упражнения. В учебной задаче-упражнении всегда есть четко сформулированное условие (что дано) и требование (что надо найти). В описании ситуационной (производственной) задачи нет, как правило, ни того, ни другого. Как это часто бывает в реальных ситуациях, руководителю, прежде всего, надо разобраться в обстановке, определить, есть ли проблема и в чем собственно она состоит, что надо решить. После чего он может сказать,

что ему известно и что надо выяснить для принятия обоснованного решения. К примеру, слушателям предлагается изучить и обсудить проект реконструкции производственного участка или цеха. Описание проекта выдается слушателям заранее для индивидуальной проработки и обсуждения в группах. Основная часть занятия в виде дискуссии. Слушатели должны подготовить не только свои замечания, но и предложения по усовершенствованию проекта. Обсуждение носит предметный характер, и занятие проходит намного эффективнее, если при этом используются специальные планшеты со схемами, магнитная доска или макет и т.п.

Темой для такого занятия может быть и проект совершенствования структуры аппарата управления одного из типичных предприятий отрасли или его подразделения. Механизм проведения занятий по анализу и обсуждению конкретных материалов в общих чертах такой же, как и при разборе конкретных ситуаций. Однако наряду с теми же дидактическими целями, которые достигаются при анализе ситуаций, работа с конкретным материалом помогает формировать необходимые знания и умения для выполнения совершенно определенных функций и процедур управления: экспертиза и оценка проекта, анализ плана или отчета о хозяйственной деятельности предприятия, применение тех либо иных нормативных, методических или руководящих материалов и т.п. Такого рода ситуации и производственные задачи можно решать не только с руководителями, специалистами, но и в аудитории рабочих. Необходимо лишь в доступной и лаконичной форме подготовить материал для анализа. Полезно проводить такого рода занятия и в смешанной аудитории.

Заключение. Диапазон возможностей и широты применения данного метода довольно велик. Различие подходов к рассмотрению одних и тех же проблем, как и многообразие допускаемых ошибок при их решении, делает обсуждение конкретных материалов интересным и поучительным. Наряду с прочим достигается значительный эффект в обмене опытом между слушателями.

Список литературы

1. Аверин А. Н. Профессиональная подготовка кадров / А. Н. Аверин. – М.: Альфа-пресс, 2017. – 1266 с.
2. Зобкова Л. Д. Управление обучением и развитием персонала: опыт зарубежных и российских компаний / Л. Д. Зобкова // Современные исследования социальных проблем. Том 8. – 2017. – № 9. – С. 39-50.
3. ИД «Управление персоналом» [Электронный ресурс] // по Объединенному каталогу; по каталогу «Роспечати» [Москва 2018]. – Режим доступа: www.top-personal.ru.
4. Уткин, Э. А. Управление персоналом в малом и среднем бизнесе / Э. А. Уткин, А. И. Кочеткова. – М.: Акалис, 2017. – 206 с.

Прикладная экономика, математические методы и модели

УДК 338.24: 332.1: 330.322: 330.341: 330.4

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В ПРОМЫШЛЕННОМ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ МАШИНОСТРОЕНИИ

Бабий А.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
al.babiy@donnu.ru

Введение. На современном этапе развития ведущих экономик мира особую роль выделяют машиностроительной отрасли. Оперативное управление бизнес-процессами в промышленном и потребительском машиностроении способно вывести смежные отрасли на качественно новый уровень. Базисом успешных управленческих решений, как правило, выступают глубокие теоретические и практические познания в области менеджмента и теории управления. Однако стремительные изменения требуют от управленцев решений упреждающего характера с точными расчетами и последствиями влияния на бизнес-процессы в машиностроительной отрасли.

Проблемами теории управления бизнес-процессами и аспектами её применения в машиностроительной отрасли занимались зарубежные и отечественные учёные, среди которых Э. Деминг, П. Друкер [1], Г. Нив [2], М. Хаммер, Ю.Н. Полшков [3], А.Л. Рыжко, К.Г. Амирханов, А.В. Радченко, Е.С. Давыдова и др.

Цель исследования – обоснование научно-методических положений и общих принципов комплексного управления бизнес-процессами в промышленном и потребительском машиностроении.

Основные результаты. Первый конвейер по сборке автомобилей был введен в эксплуатацию в 1913 г. на заводе Г. Форда. Данная технология привела к существенному повышению качества выпускаемой продукции за счёт специализации сотрудников и автоматизации выполняемых операций. Производство машиностроительной продукции с помощью технологии конвейера не утратила своей актуальности и продолжает применяться на современных машиностроительных заводах. Данное событие позволило кардинально переосмыслить ведение хозяйственной деятельности с учетом новых технологий и стиля управления бизнес-процессами в промышленном машиностроении, а также характер взаимоотношений между работодателями и персоналом предприятий.

В дальнейшем Э. Деминг использовал термин «система» [2] для обозначения процесса, находящегося в статически управляемом состоянии, а наиболее простые модели бизнес-процессов описывал укрупнёнными моделями функционального типа, реализующими метод «чёрного ящика» с основными элементами «Вход», «Процесс» и «Выход» (рис. 1).

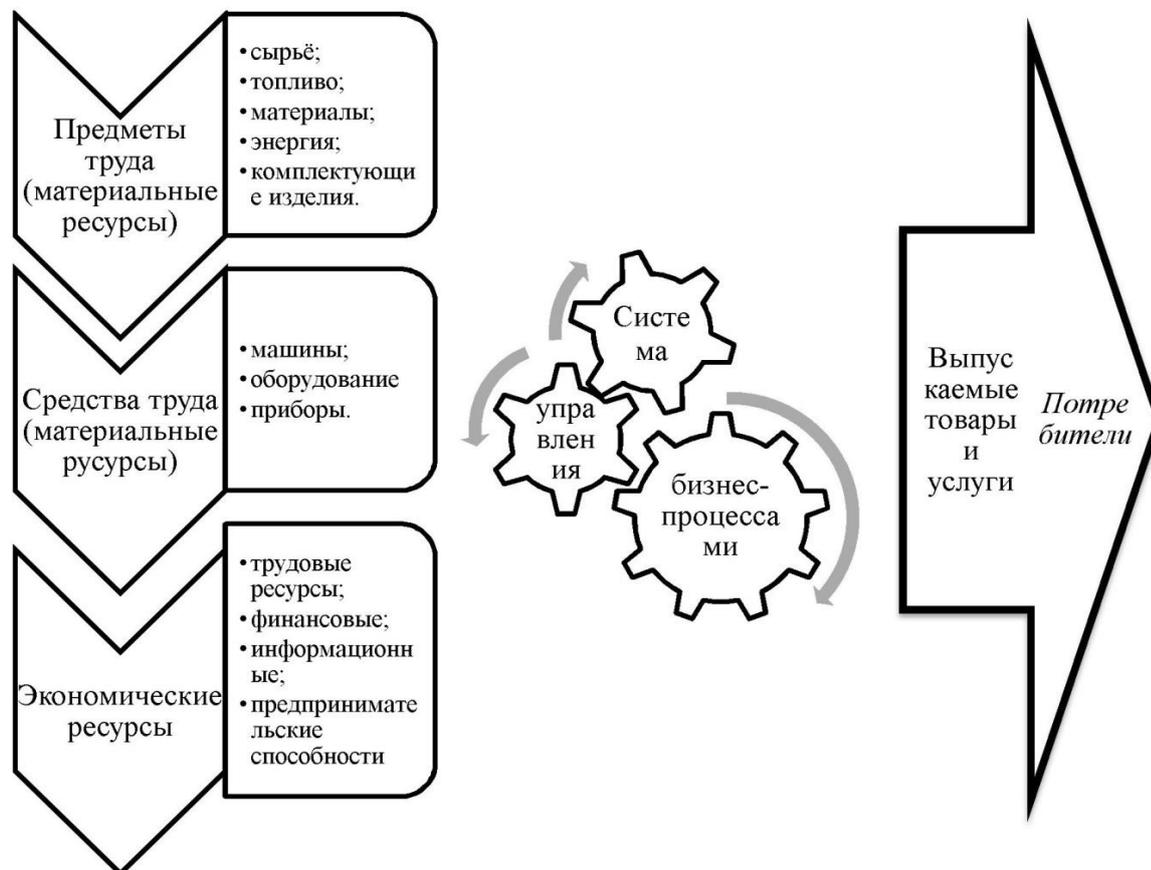


Рис. 1. Общая схема бизнес-процессов

На состояние системы влияет различное множество факторов как внешних, так и внутренних. Внешние факторы зачастую оказывают серьёзное воздействие на входные потоки. На выходные потоки процессов обычно влияют внутренние и внешние факторы, причём влияние внешних факторов носит менее явный характер.

Устойчивым производственным системам характерны такие свойства, как надёжность, скорость, гибкость, качество машиностроительной продукции при минимальных затратах. Зафиксировав показатели в определённый период времени t , можем описать состояние системы следующим образом:

$$X_t = (x_1, x_2, \dots, x_m)_t \text{ — состояние входов;} \quad (1)$$

$$Y_t = (y_1, y_2, \dots, y_n)_t \text{ — состояние выходов;} \quad (2)$$

$$Z_t = (z_1, z_2, \dots, z_k)_t \text{ — вектор внутренних состояний.} \quad (3)$$

Состояния системы (1) – (3) записываются векторами, количество координат которых составляет m, n, k , соответственно.

Между входными и выходными потоками X_t и Y_t имеется зависимость. На состояние выходных потоков (2) влияют вектор входных потоков (1), а также внутреннее состояние системы (3), что обуславливает соотношение:

$$Y_t = F(X_t, Z_t). \quad (4)$$

Функциональная зависимость (4) позволяет описать и указать на ранних стадиях, на какие факторы следует обратить внимание в производственных системах машиностроительных предприятий.

По нашему мнению, для успешной реализации управления развитием бизнес-процессов в машиностроительной отрасли промышленности следует руководствоваться девятью базовыми принципами (рис. 2).



Рис. 2. Базовые принципы управления развитием бизнес-процессов

Заключение. В данном исследовании обоснованы научно-методические положения управления бизнес-процессами в промышленном и потребительском машиностроении. Разработана общая схема бизнес-процессов, подкреплённая соответствующим экономико-математическим инструментарием. Предложены базовые принципы управления развитием бизнес-процессов в машиностроительной отрасли промышленности.

Список литературы

1. Друкер П. Энциклопедия менеджмента: монография / П. Друкер. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
2. Нив Г.Р. Организация как система: Принципы построения устойчивого бизнеса Эдвардса Деминга: монография / Г.Р. Нив. – Москва: Альпина Пабли, 2016. – 368 с.
3. Полшков Ю.Н. Управление бизнес-процессами и бизнес-планированием угледобывающей и углепотребляющих отраслей промышленности региона с использованием прикладных экономико-математических методов / Ю.Н. Полшков // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – № 4. – С. 206-213.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ СТЕПЕНИ СООТВЕТСТВИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРИТЕРИЯМ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Белоброва Н.В.

ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР
belobrovanatalil@mail.ru

Введение. Знания и информация в настоящее время являются ключевыми ресурсами, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ промышленных предприятий в долгосрочной перспективе. Восстановление промышленного потенциала Республики возможно только на инновационной основе, что определяет потребность в переходе промышленных предприятий к экономике знаний. В данных обстоятельствах ключевое значение приобретает необходимость разработки стратегии их развития, реализация которой обеспечит эффективный переход к экономике знаний за счет включения знаний в цепочку образования стоимости продукции.

Основная часть. Степень соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний будем трактовать как интегральный показатель, который позволяет количественно и качественно определить соответствие критериям экономики знаний по таким укрупненным группам показателей, как эффективность управления, управление развитием персонала и ИКТ, управление инновациями, имиджевый статус предприятия. Степень соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний является ключевым параметром, на котором базируется процесс формирования стратегии развития промышленных предприятий при переходе к экономике знаний.

С целью обоснования управленческих решений по формированию стратегии предложен методический подход к оценке степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний (рис.1). Его реализация осуществляется в несколько этапов:

1. Формирование информационного пространства. На данном этапе на основе методологии оценки знаний и индексов экономики знаний, разработанных Институтом Всемирного банка [1], разработок зарубежных и отечественных исследователей [2; 3; 4; 5; 6], автором предложены, адаптированные к уровню промышленного предприятия и специфике ведения бизнеса в Республике, критерии экономики знаний, объединенные в 5 групп.

2. Формирование оценочных таблиц. Для оценки степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний разработана анкета, в которую включены обобщенные выше критерии и представлена градация их оценки в баллах от 0 до 5.



Рис. 1. Схема реализации оценки степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний (разработано автором)

3. Бальная оценка соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний. Оценка степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний осуществляется экспертами предприятий путем определения соответствия предприятия предложенным 40 критериям по шкале от 0 до 5 (от полного несоответствия до полного соответствия). Максимальное количество баллов, которое может быть получено – 200. Деление фактической оценки на максимальное значение определяет степень соответствия предприятий критериям экономики знаний.

4. Качественная оценка степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний. Интерпретация количественного

значения осуществляется на базе шкалы от 0 до 1 по следующим группам: полное несоответствие критериям экономики знаний (0–0,2), понимание необходимости перехода к экономике знаний (0,2–0,4), частичное соответствие критериям экономики знаний (0,4–0,6), соответствие критериям экономики знаний (0,6–0,8), полное соответствие критериям экономики знаний (0,8–1).

5. Графическое изображение результатов оценивания. Результаты оценивания по группам изображаются графически в виде лепестковой диаграммы и могут служить основой для бенчмаркиговых исследований с целью определения места предприятия среди конкурентов и выработки решений по снижению уровня разрыва между ними и предприятиями с более высоким уровнем соответствия критериям экономики знаний.

Заключение. Таким образом, предложенный подход представляет собой эффективный инструмент обоснования решений при формировании стратегии развития промышленных предприятий в процессе их перехода к экономике знаний. Отклонение рассчитанного значения индикатора степени соответствия предприятия критериям экономики знаний от максимального (100 %) определяет выбор стратегического вектора развития компаний. Внедрение предложенного подхода в практику управления позволит определить степень соответствия промышленных предприятий критериям экономике знаний, что позволяет обеспечить повышение обоснованности принимаемых решений при выборе направлений реализации стратегии их развития.

Список литературы

1. Measuring knowledge in the world's economies. Knowledge Assessment Methodology and Knowledge Economy Index. – URL: https://estadisticas.pr/files/BibliotecaVirtual/estadisticas/biblioteca/BM/BM_KAM_2008.pdf (дата обращения: 05.10.2020).
2. Chen, Derek H.C. and Dahlman, Carl J., The Knowledge Economy, the Kam Methodology and World Bank Operations (October 19, 2005). World Bank Institute Working Paper No. 37256. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=841625 (дата обращения: 05.10.2020).
3. Макаров В. Л. Микроэкономика знаний / В. Л. Макаров, Г. Б. Клейнер. – М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2007. – 204 с.
4. Клейнер Г. Б. Сущность и структура стратегии предприятия / Г. Б. Клейнер // Современная конкуренция. – 2008. – № 6(12). – С.114–130.
5. Измерение экономики знаний: теория и практика / сост. и общ. ред. Л. К. Пипия. – М.: Ин-т проблем развития науки РАН, 2008. – 191 с.
6. Чугунов А. В. Системы индикаторов и мониторинг развития информационного общества и экономики знаний / А. В. Чугунов // Вестник международных организаций. – 2006. – № 7. – С. 13–30.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕТРОПОЛИС»)

Гладкова Л.А., канд. физ.-мат. наук, доц.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
l.gladkova@donnu.ru

Введение. Рынок кондитерских изделий – один из динамично развивающихся рынков. Среди огромного количества предприятий кондитерской отрасли объектом данного исследования выступает ООО «Метрополис», зарегистрированное в городе Армавир Краснодарского края. Основным видом экономической деятельности ООО «Метрополис» является производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения. Также данное предприятие работает еще по 77 направлениям деятельности.

Актуальность данной темы обосновывается значительной степенью влияния на финансовые результаты деятельности предприятия факторов как внутренней, так и внешней среды предприятия, которая напрямую зависит от состояния рынка в регионе нахождения предприятия.

Целью исследования является оценка влияния состояния регионального рынка кондитерских изделий на финансовые показатели предприятия.

Результат. Проведем анализ финансового состояния и эффективности деятельности ООО «Метрополис» за период 2012 - 2019 отчетных годов (8 лет). При проведении анализа для качественной оценки финансовых показателей будем учитывать принадлежность ООО «Метрополис» к отрасли «Производство пищевых продуктов» (класс по ОКВЭД – 10).

1. Анализ имущественного положения

Произведем анализ внеоборотных и оборотных активов предприятия как главных составляющих его имущества в таблице 1. По данным таблицы 1 видно, что за анализируемый период 2012-2019 отчетных годов произошло увеличение имущества предприятия с 758 420 тыс. руб. до 2 284 293 тыс. руб., т.е. на 301,2 %. Этот рост имущества предприятия вызван увеличением объема как оборотных активов предприятия на 1 420 531 тыс. руб., так и внеоборотных активов на 105 342 тыс. руб. При этом удельный вес внеоборотных активов в составе имущества предприятия за анализируемый период уменьшился с 56,3 % до 23,3 %, следовательно, доля оборотных активов увеличилась с 43,7 % до 76,7 %.

Таблица 1

Аналитическая характеристика имущества в разрезе внеоборотных
и оборотных активов

Показатели	На начало периода (2012 г.)		На конец периода (2019 г.)		Изменение		ТР, %
	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс.руб.	Уд. вес%	Сумма, тыс.руб.	Уд.вес, %	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
1.Внеоборотные активы	427128	56,32	532470	23,31	+105342	-33,01	124,66
2.Оборотные активы	331292	43,68	1751823	76,69	+1420531	+33,01	528,79
3.Общая стоим. имущества	758420	100	2284293	100	+1525873	x	301,19

Стоит заметить, что на ООО «Метрополис» соблюдается соотношение темпов роста оборотных и внеоборотных активов: $ТР_{оба} > ТР_{ва} \rightarrow 528,8 > 124,7$. Этот факт оказывает положительное влияние на деятельность и свидетельствует о том, что на предприятии наблюдается тенденция к увеличению скорости оборачиваемости оборотных активов, что позволяет условно высвободить денежные средства предприятия.

На предприятии ООО «Метрополис» в течении анализируемого периода наблюдается существенный рост объема оборотных активов, прирост составил 1 420 531 тыс. руб. На предприятии произошло увеличение запасов на 1 459 033 тыс. руб. и концу периода их удельный вес в составе оборотных активов составляет 93,73 %. При этом снизилась сумма дебиторской задолженности с 104 955 тыс. руб. до 89 180 тыс. руб. и ее удельный вес уменьшился на 26,59 %. В составе оборотных активов появилась статья налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям и его сумма составила 18217 тыс. руб., но уменьшилась доля финансовых вложений с 12,76 % до 0,003 %.

Таким образом, анализ имущественного положения ООО «Метрополис» показал, что на протяжении анализируемого периода общая стоимость имущества предприятия увеличилась 1 525 873 тыс. руб., т.е. темп роста составил 301,19 %. Наибольший удельный вес в составе имущества предприятия занимают запасы и основные средства, что говорит о промышленной стратегии развития предприятия.

2. Анализ финансовой устойчивости

Проведем анализ финансовой устойчивости ООО «Метрополис» с помощью абсолютных показателей и определим тип финансовой устойчивости. Произведем расчеты по бухгалтерскому балансу ООО «Метрополис» за 2012-2019 года. Систематизируем и приведем результаты расчетов в таблице 2.

На предприятии ООО «Метрополис» в течении анализируемого периода изменялся тип финансовой устойчивости. В 2013-2014 отчетных

годах предприятие имело нормальную финансовую устойчивость, что говорит о нормальной платежеспособности, рациональном использовании заемных средств предприятия и его высокой доходности.

Таблица 2

Анализ финансовой устойчивости ООО «Метрополис»
с помощью абсолютных показателей

Показатель	2012	2013	2014	2015
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
СОС	-249515	-203288	-181164	-269560
СДИ	160034	464803	600877	495210
ОИЗ	331292	617193	766814	809016
Δ СОС	-432544	-512549	-638068	-822854
Δ СДИ	-22995	155542	143973	-58084
Δ ОИЗ	148263	307932	309910	255722
Трехфакторная модель	M=(0;0;1)	M=(0;1;1)	M=(0;1;1)	M=(0;0;1)
Тип фин. устойчивости	неустойчивая	нормальная	нормальная	неустойчивая
Показатель	2016	2017	2018	2019
<i>1</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
СОС	-279339	-269685	-296248	-188207
СДИ	360104	609138	590078	613866
ОИЗ	1085895	1520683	1648568	1751823
Δ СОС	-1060119	-1408913	-1760966	-1830269
Δ СДИ	-420676	-530090	-874640	-1028176
Δ ОИЗ	305115	381455	183850	109761
Трехфакторная модель	M=(0;0;1)	M=(0;0;1)	M=(0;0;1)	M=(0;0;1)
Тип фин. устойчивости	неустойчивая	неустойчивая	неустойчивая	неустойчивая

Вывод. В 2012 и 2015-2019 отчетных годах на ООО «Метрополис» наблюдается неустойчивое финансовое положение. Это характеризуется нарушением нормальной платежеспособности и у предприятия возникает необходимость привлечения дополнительных источников финансирования. Однако в такой ситуации у предприятия существует возможность восстановить платежеспособность и улучшить финансовую устойчивость.

Список литературы

1. Артюхова А.В. Анализ финансового состояния предприятия: сущность и необходимость проведения / А.В. Артюхова, А.А. Литвин // Молодой ученый. – 2015. – № 11. – С. 744-747.
2. Колачева Н.В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа / Н.В. Колачева, Н.Н. Быкова // Вестник НГИЭИ. – 2015. – №1 (44). – С. 29-35.
3. Hodiashchev M. The management of business activity of enterprises: scientific and economic Analytics / M. Hodiashchev // Baltic Journal of Economic Studies. – 2017. – № 4. – P. 38-44.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Гладкова Л.А., канд. физ.-мат. наук, доц., *Харченко А.В.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
l.gladkova@donnu.ru

Введение. В условиях кризиса в экономике наблюдается замедление в модернизации технологий, что приводит к отставанию от современных технологий.

Предмет исследования – совокупность теоретических, методологических и практических аспектов формирования инновационной деятельности предприятий в условиях кризиса.

Цель статьи – обосновать особенности формирования инновационной деятельности предприятий в условиях кризиса и его влияние на конкурентоспособность отечественных предприятий.

Основная часть. Инновационная деятельность является показателем развития предприятия и формирования конкурентных преимуществ, поскольку именно внедрение инноваций, в условиях быстро меняющегося внешнего мира и ограниченности ресурсов, определяет дальнейшее развитие компании. Инновации предприятия сегодня являются одним из важнейших системных факторов экономического роста, повышая конкурентоспособность продукции и обеспечивая экономическую безопасность.

Инновационная деятельность – это процесс, который начинается с идеи, которая трансформируется в права интеллектуальной собственности и завершается внедрением этой идеи в собственное производство и / или коммерциализацией с послепродажной поддержкой, если это необходимо [1].

Под принципами инновационной деятельности предприятия понимаются ключевые правила деятельности, которые обеспечат наращивание и реализацию инновационных возможностей организации, используя ее внутренние резервы и внешние возможности.

Предприятие, которое стало на инновационный путь развития, должно функционировать в соответствии со следующими принципами:

- адаптивности – стремление к поддержанию определенного баланса внешних и внутренних возможностей развития (внутренних побудительных мотивов деятельности предприятия, так и внешних, генерируемых рыночной средой);
- динамичности – динамическая приведения в соответствие целей и побудительных мотивов (стимулов) деятельности предприятия (в том числе его владельцев, менеджеров, специалистов, работников);

- самоорганизации – самостоятельное обеспечения поддержания условий функционирования, то есть само поддержание обмена ресурсами (информационными, материальными, финансовыми) между элементами производственно-сбытовой системы предприятия, а также между предприятием и внешней средой;

- саморегуляции – корректировка системы управления инновационной ориентированной производственно-сбытовой деятельностью предприятия в соответствии с изменениями условий функционирования;

- саморазвития – самостоятельное обеспечение условий длительного выживания и развития предприятия на основе разработки, создания и продвижения инноваций на рынок (в соответствии с его миссией и принятой мотивации деятельности) [2, с. 98].

В этих принципах должна функционировать и система управления инновационным развитием субъектов хозяйственной деятельности. Учитывая то, что инновационная деятельность на базе принципов экономики знаний предусматривает функционирование предприятия учитывая сочетание принципов инновационной деятельности и экономики знаний.

Использование системного, комплексного и иерархического подходов позволяет рассмотреть управления инновационным развитием как комплексную систему мер, направленную на единую целостную систему в неразрывной иерархической связи всех ее элементов. Учет специфики этих подходов позволит обеспечить слаженную работу всех функциональных подразделений предприятия и получения предприятием конкурентных преимуществ путем выявления и практического использования резервов повышения инновационной деятельности. Соблюдение специфических принципов управления инновационным развитием обеспечивает полноту удовлетворения потребительского спроса и снижение уровня риска, связанного с внедрением инноваций.

Общие функции системы управления инновационной деятельностью предприятия включают разработку инновационной стратегии и создание новых организационных структур управления, проведения анализа и планирования инновационной деятельности с учетом стратегических и текущих планов предприятия, реализацию эффективного контроля за выполнением принятых решений. При этом каждая конкретная функция комплексной по содержанию и включает в себя все общие функции управления [3].

Современная система управления инновационной деятельностью предприятий, ее функционирования требуют моделирования бизнес-процессов на основе опыта практической работы по управлению инновационной деятельностью, его научного обобщения, перехода от метода «проб и ошибок» в современной методологии анализа и проектировок.

Экономический кризис может быть, как источником угроз, так и источником новых возможностей в развитии экономики. Кризис также

позволяет воспользоваться возможностью проведения эффективной глобальной политики для повышения стабильности финансовой системы и стимулирования экономического роста.

Заключение. Таким образом, выход национальной экономики из условий перманентного кризиса и обеспечения дальнейшего устойчивого развития преимущественно связаны со становлением отечественного предпринимательства.

Ограниченность существующих методических подходов к оценке эффективности инновационной деятельности, не позволяющих объективно расставить приоритеты по направлениям инновационного развития, предоставляют привилегию разработки исследований по формированию информационно-методической базы, включающей качественные и количественные характеристики (показатели) системы в контексте ее компонентов.

Список литературы

1. Романишин В. Инновационная деятельность в условиях кризиса и ее влияние на конкурентоспособность отечественных предприятий / В. Романишин, И. Свидерская // Вестник экономики университета. – 2018. – № 37/1. – С. 42–50.
2. Сидорчук И. П. Сущность, структура и особенности оценивания инновационного потенциала промышленного предприятия / И. П. Сидорчук // Научный журнал «Экономика и регион» Полт. НТУ. – 2014. – № 2. – Вып. 45. – С. 97-101.
3. Шовкун И. Институциональные основы инновационного развития: международный опыт и уроки для транзитивных экономик / И. Шовкун // Экономическая теория. – 2005. – № 3. – С. 60-74.

УДК 338

ОБЗОР ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МИРОВОЙ ВЫСТАВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Горчакова И.И., канд. пед. наук, доц., **Головин В.В.**
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
i.gorchakova@donnu.ru

Введение. Выставочный бизнес в современном его понимании в отечественной практике сложился сравнительно недавно, начало его формирования пришелся на девяностые. Сегодня это динамично развивающаяся отрасль экономики. Что же касается мировой практики, то уже в 2019 году доходы экспобизнеса превысили 30 млрд. долларов США. При этом на долю стран Европы приходилось 58 % от проводимых в мире выставок, Азии – 19 % и для сравнения на страны бывшего СНГ – 4 % [1].

На сегодня ежегодный оборот мировой выставочной индустрии достигает 100 млрд. долларов США. Участие компаний в выставках дает им неоспоримые выгоды в короткий срок привлечь целевую аудиторию к

новым наработкам; «напомнить» о себе; напрямую повзаимодействовать с потенциальными клиентами; ознакомиться с наработками конкурентов в своей области; повысить собственную квалификацию, получить уникальный опыт в профессиональной сфере.

Цель исследования – осуществить обзор основных показателей мировой выставочной индустрии.

Основная часть. По оценке Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) в 2019 году в мире прошли 32000 выставок, непосредственно в мировой выставочной индустрии было задействовано 1,3 млн. человек, а во вспомогательных отраслях – 3,2 млн., вклад индустрии в мировой ВВП составил 275 млрд. евро [1]. Прямые продажи выставок в млрд долл. США по основным географическим центрам представлены в табл. 1:

Таблица 1

Прямые продажи выставок, млрд долл. США

Северная Америка	59,70
Европа	46,70
Азия	22,40
Россия	0,25

Процент компаний, участвующих в выставках, от общего количества зарегистрированных в стране компаний, составил в США – 90, Германия – 40, Россия – 5.

Наибольшее количество посетителей выставок пришлось на Европу – 112 млн. (рис. 2), а по участникам (экспонентам) в лидерах по-прежнему Северная Америка и Европа (рис. 3).

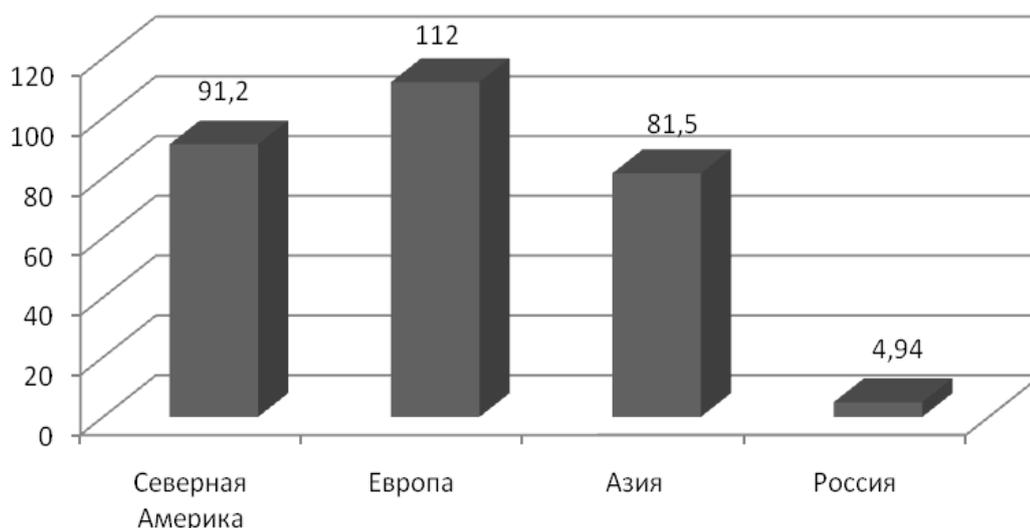


Рис. 1. Количество посетителей, млн

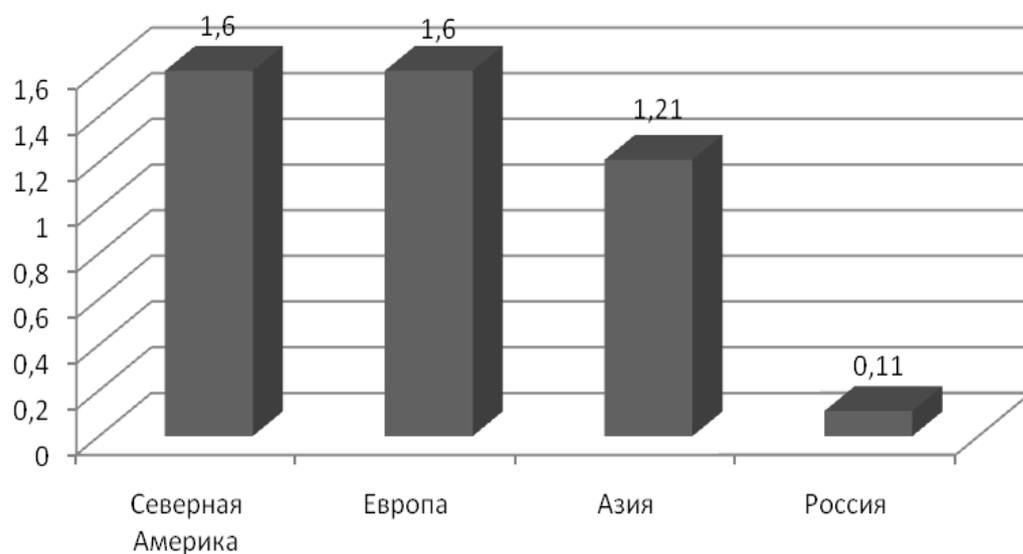


Рис. 2. Количество участников, млн.

По количеству проданной за год выставочной площади Европа (с учетом России) наравне с Северной Америкой (рис.4), а площадь среднего стенда варьировалась в диапазоне от 19 до 30 кв.м. (рис. 5):

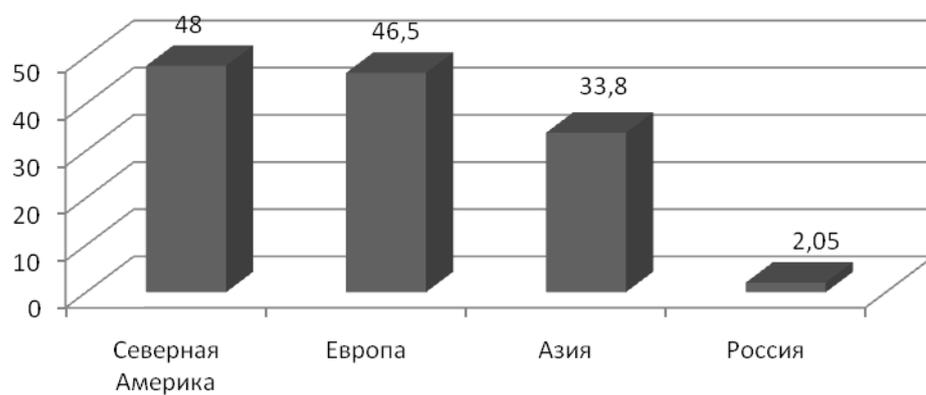


Рис. 3. Выставочная площадь, проданная за год, млн. м²

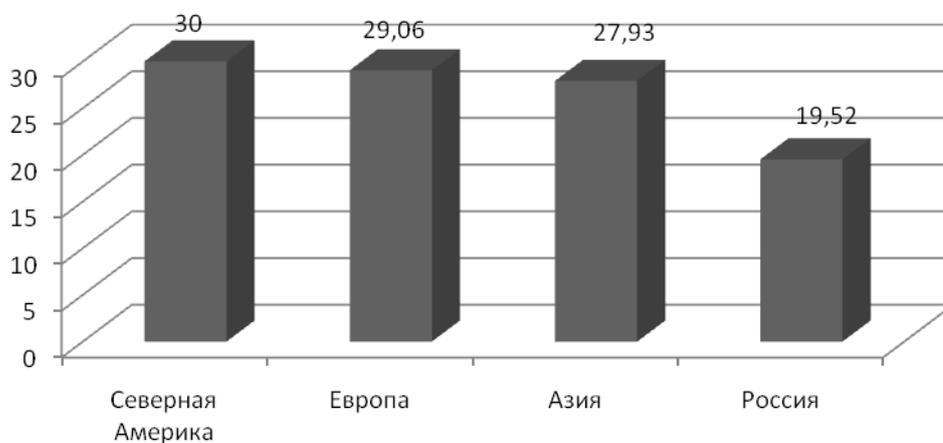


Рис. 4. Площадь среднего стенда, м²

Заключение. Как видим, России предстоит многое еще сделать для того, чтобы добраться до позиций мировых лидеров экспоиндустрии, но основные шаги в данном направлении уже проделаны, и довольно успешно – чего только стоят выстроенные в период с 2014 по 2020 год современные конгрессно-выставочные площадки КВЦ «ЭкспоФорум», КВЦ «Патриот» и т.п.

Список литературы

1. Отчет центра исследований выставочной индустрии CEIR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expomap.ru/news/ceir-report-b2b-exhibitions-future-center-exhibition-industry-research/> (дата обращения 22.09.2020).
2. UFI [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ufi.org/industry-resources/research/global-reports/economic-impact-studies/> (дата обращения 16.09.2020).

УДК 338.24: 332.1: 330.322: 330.341: 330.4

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Дончевский Г.Н.¹, д-р экон. наук, проф., Затынайченко Е.Д.²

¹ФБГОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
г. Ростов-на-Дону, РФ

²ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
dongrin@yandex.ru

Введение. Существует разные взгляды на роль человеческого капитала при управлении инновационным развитием территории. Считается, что аккумуляция объёма человеческого капитала выступает двигателем экономических инноваций [1]. Допускается также рассмотрение человеческого капитала как фактора развития новых технологий, что в инновационном плане благоприятствует росту региональных экономик [2].

Проблемами формирования человеческого капитала в сфере управления инновационным развитием стран и территорий мира занимались Р. Лукас, Р. Нельсон, Е. Фелпс, Н.В. Коваленко, Ю.А. Корчагин, К.А. Устинова, Г.В. Леонидова, А.В. Попов, Ю.Н. Полшков, Т.Н. Загурская, А.М. Панов, Т.С. Соловьёва, Н.Г. Брюхина, Е.Д. Вайсман, М.А. Головчин, А.А. Шабунова, Е.А. Чекмарева, Е.С. Шилец, М.А. Сазонова, Н.И. Хромов, А.Г. Шеломенцев и другие учёные (смотрите работы [1 – 4] и их библиографию).

Цель исследования – обоснование системы оценивания степени влияния человеческого капитала на инновационное развитие региона.

Основные результаты. В теоретической трактовке под формированием регионального человеческого капитала следует понимать процесс генерации эффективного познания действительности трудоспособным

населением региона, характеризуемого знаниями, навыками, и освоенными на их основе умениями. Это способствует удовлетворению разнообразных потребностей, как отдельного работника, так и всего конгломерата трудовых ресурсов, с общей ориентацией на социально-экономическое развитие. Последнее обеспечивается инновациями в экономике и социальной сфере территориального образования, которые нацелены на модернизацию процессов производства, трансформацию хозяйственной деятельности, формирование новых технологических укладов, совершенствование региональной инфраструктуры, эффективное расходование ресурсов, повышение конкурентоспособности региона (рис. 1).



Рис. 1. Влияние человеческого капитала на инновационное развитие региона

Под влиянием интенсификации инновационных процессов, а также интеллектуализации труда происходит трансформация содержания и структуры человеческого капитала, что корректирует его оборот (инвестирование, формирование, использование, накопление, качественного воспроизведение, реинвестирование). Изменяется сам характер воздействия человеческого капитала на экономику региона и её место в национальном и международном разделении труда.

По нашему мнению, проблему формирования и развития количественных и качественных параметров человеческого капитала

следует рассматривать через призму обеспечения инновационной трансформации экономических отношений в пределах данной территории.

Представляется перспективным подход, основанный на идеях работы [3]. Данный подход базируется на составляющих метода анализа иерархий при управлении инновационными процессами в экономике региона.

Зависимости имеют вид связей типа «вход-выход». Целевая функция даёт возможность определить предпочтения между элементами, а другие иерархии позволяют получить информацию, касающуюся зависимостей между человеческим капиталом территории и её экономикой (табл. 1).

Таблица 1

Методика оценки степени влияния человеческого капитала на инновационное развитие региона

Составляющие методики	Математическая спецификация
Ряд основных видов действий по формированию человеческого капитала региона	L_h , где H – конечное частично упорядоченное множество, раздробленное на подмножества действий $L_k, k = 1, \dots, h$.
Главная цель	$L_1 = \{b\}$, где b описывает устойчивое социально-экономическое развитие территориального образования
Первичные факторы: - уровень качества жизни; - уровень экологического развития; - уровень развития образования и науки; - уровень инновационного развития.	$Y = \{y_1, \dots, y_{m_k}\} \subset L_k$
Вторичные факторы: органы власти; общественные организации; промышленность; частный сектор; ВУЗы.	$X = \{x_1, \dots, x_{m_{k+1}}\} \subset L_{k+1}$
Цели	$\omega: X \rightarrow [0, 1]$
Сценарии	$B = \{b_{ij}\}$

Заключение. Обосновано, что человеческий капитал является ключевым фактором инновационного развития региона. Продемонстрировано, что использованный для оценки степени влияния человеческого капитала на инновационные процессы в экономике региона метод анализа иерархий, позволяет формировать управленческие мероприятия регионального уровня.

Список литературы

1. Lucas R.E. On the mechanics of Economic Development / R.E. Lucas // Journal of Monetary Economics. – 1988. – V. 22. – N. 1. – P. 3-42.
2. Nelson R.R. Investment in Humans, Technological Diffusion, and Economic Growth / R.R. Nelson, E.S. Phelps // The American Economic Review. – 1966. – V. 56. – N. 1/2. – P. 69-75.

3. Полшков Ю.Н. Теоретико-методологический базис формирования человеческого капитала при управлении инновационным развитием региона с особым статусом / Ю.Н. Полшков, Т.Н. Загурская // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2017. – № 4. – С. 163-169.
4. Сазонова М.А. Анализ проблем инновационного развития промышленных предприятий и роль человеческого капитала в их решении / М.А. Сазонова, Е.Д. Вайсман // Вестник ЮУрГУ. – Серия «Экономика и менеджмент». – 2017. – Т. 11. – № 3. – С. 82-91.

УДК 338.24: 332.1: 330.322: 330.341: 330.4

ПРИКЛАДНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНИВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Дончевский Г.Н.¹, д-р экон. наук, проф., Карабет Е.С.²

¹ФБГОУ ВО «Донской государственный технический университет»,
г. Ростов-на-Дону, РФ

²ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
dongrin@yandex.ru

Введение. Устойчивое социально-экономическое развитие территорий требует не только модернизации существующих или создания новых институтов управления, но и оснащения этих институтов самым современным управленческим инструментарием. В число таких инструментов входит адаптивный подход, позволяющий формировать системы адекватного оценивания. Сказанное особенно актуально для оценки уровня социально-экономического развития территорий Донецкой Народной Республики.

Вопросами формирования принципов оценивания экономических и социальных достижений регионов и их территорий занимались А.Г. Шеломенцев, С.В. Дорошенко, Ю.Н. Полшков, О.А. Козлова, С.П. Кюрджиев, В.Н. Беляев, П.С. Черкасов, И.И. Максимова, Р.Г. Маннапов, Н.Г. Чумаченко, Л.Г. Червова, А.В. Половян, В.Ю. Припотень, В.Н. Тисунова, О.Л. Некрасова, Л.М. Кузьменко, Ю.К. Яковлева, Е.М. Мартишин (см. работы [1 – 4] и их библиографию), а также др. учёные.

Цель исследования – совершенствование прикладного инструментария оценки показателей социально-экономического развития регионов и их территорий.

Основные результаты. В современных условиях выдвигаются новые требования к процессу управления экономикой региона, который должен сочетать комплекс инструментов, методов, подходов, позволяющих объективно определять стратегические ориентиры с учётом специфики условий, факторов развития и социальной динамики. Использование

аналитико-оценочных методов и подходов к управлению, которые давно признаны в мире как эффективный инструмент менеджмента регионального уровня, обуславливает необходимость разработки соответствующих научно-методических положений.

Практика управления социально-экономическим развитием территорий позволяет выделить следующие аспекты:

- ориентация на комплексы показателей, которые для субъектов хозяйствования являются вехами при планировании своей деятельности, а для органов государственной власти и местного самоуправления – обязательными к достижению эталонами;
- управление путём задания целевых индикаторов и допустимых диапазонов значений показателей;
- оценка результатов деятельности менеджмента территорий на основе стремления к знаковым ориентирам;
- выбор управленческих решений, способствующих позитивной динамике ключевых индексов;
- максимальное вовлечение субъектов хозяйствования в процессы формирования программ развития территорий и их реализацию.

Учёт данных аспектов позволяет обозначить зону компетенции и области деятельности региональных органов управления (рис. 1).

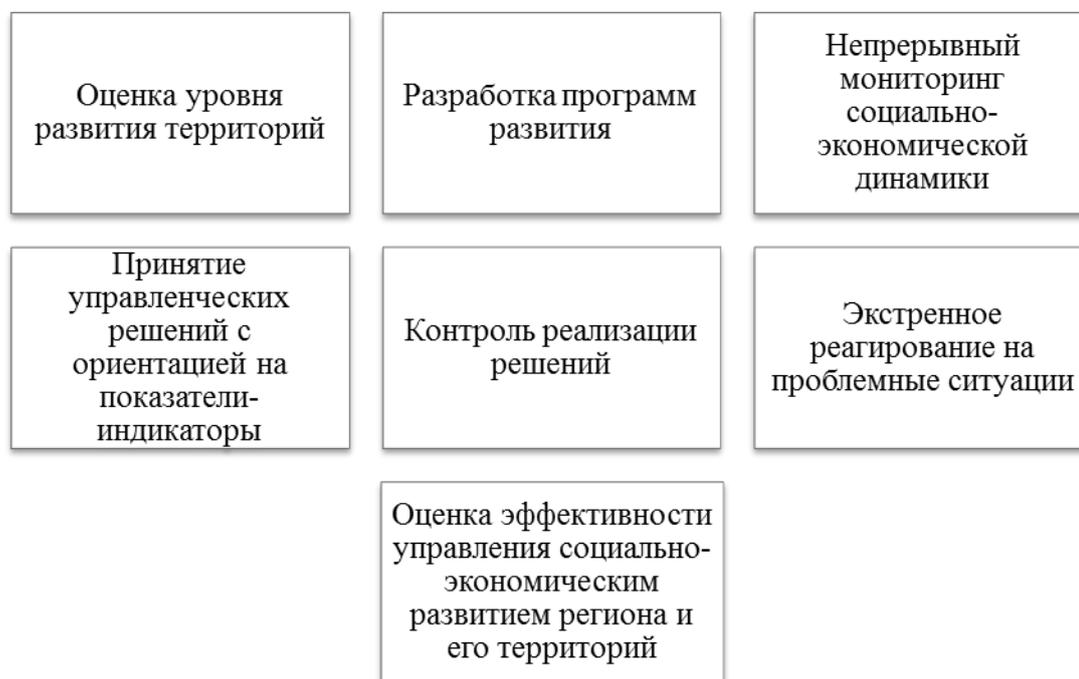


Рис. 1. Управляющие воздействия региональных органов управления и их оценочные характеристики

Диагностика оценивания показателей социально-экономического развития регионов и их территорий основывается на индексах: 1) уровня

экономического развития региона E_j ; 2) качественных характеристик населения K_j ; 3) благосостояния населения B_j ; 4) качества социальной сферы S_j ; 5) качества окружающей среды O_j [2]. Нижний индекс j обозначает номер региона среди n анализируемых.

Итоговый индикатор оценки показателей социально-экономического развития территории определяется произведением матриц:

$$R_j = W^T \cdot I_j. \quad (1)$$

В формуле (1) верхний индекс « T » означает операцию транспонирования матрицы. Задействованы матрицы статистических весов и значений экономических и социальных индексов, соответственно:

$$W = \begin{pmatrix} w_1 \\ w_2 \\ w_3 \\ w_4 \\ w_5 \end{pmatrix}; \quad I_j = \begin{pmatrix} E_j \\ K_j \\ B_j \\ S_j \\ O_j \end{pmatrix}.$$

При этом выполняется свойство нормированности:

$$w_1 + w_2 + w_3 + w_4 + w_5 = 1.$$

Предполагается, что годовой объём валового регионального продукта на душу населения V_j будет зависеть от этих пяти индексов:

$$t(V_j) = \beta_1 \cdot t(E_j) + \beta_2 \cdot t(K_j) + \beta_3 \cdot t(B_j) + \beta_4 \cdot t(S_j) + \beta_5 \cdot t(O_j) + \varepsilon_j, \quad (2)$$

В эконометрическом уравнении (2) участвуют показатели в стандартизированном виде и случайное отклонение. Определяя неизвестные β_i ($i = \overline{1,5}$), находим элементы матрицы W :

$$w_i = \frac{|\beta_i|}{\sum_{i=1}^5 |\beta_i|} \quad (i = \overline{1,5}). \quad (3)$$

Заключение. Прикладные эконометрические инструменты (1) – (3) позволяют оценивать показатели социально-экономического развития территорий. Анализ ключевых индексов служит формированию комплекса управляющих воздействий на экономику и социальную сферу региона.

Список литературы

1. Кюрджиев С.П. Обоснование и систематизация стратегических целей устойчивого экономического роста региона / С.П. Кюрджиев, Е.П. Пешкова // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 115-119.
2. Полшков Ю.Н. Стохастическая методика оценки показателей инвестиционно-инновационного развития в системе управления экономикой региона / Ю.Н. Полшков // Вестник Института экономических исследований. – 2018. – № 3(11). – С. 88-96.

3. Припотень В.Ю. Особенности управления социально-экономическим развитием старопромышленных регионов / В.Ю. Припотень, И.Е. Алферова // Менеджер. – 2017. – № 4 (82). – С. 50-56.
4. Яковлева Ю.К. Индикативное управление социально-экономическим развитием территорий старопромышленных регионов: концептуальные основы, методы и модели: монография / Ю.К. Яковлева. – Донецк: Издательство ООО НПП «Фолиант», 2017. – 388 с.

УДК 330.341: 331.1: 338.24: 332.1:330.4

О ПРИНЦИПАХ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Загурская Т.Н.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
t.zagurskaya@donnu.ru

Введение. В странах с развитой рыночной экономикой при обосновании и реализации социально-экономической политики считают, что одной из её составных частей должна быть инновационная деятельность. Человеческий капитал (ЧК) непосредственно связан с инновационным развитием (ИР) региона, которое направлено на совершенствование производственных процессов, улучшение инфраструктуры жизнеобеспечения, эффективное использование трудового потенциала, материальных и финансовых ресурсов, переход к новым технологическим укладам, рост конкурентоспособности региона. Инвестиции в инновации непродуктивны, если развитие человеческого капитала (РЧК) отстаёт от технологических и экономических внедрённых новшеств.

Проблемами формирования и РЧК региона занимались В.П. Антонюк, А.М. Афонин, О.Э. Башина, Ю.Е. Ефремова, М.В. Карманов, Р.Д. Павлов, А.М.Петрова, С.А. Петрова, О.Ю. Родикова, Ю.Н. Царегородцев, Л.В. Шарапова, П.А. Шевцов, И.Л. Яковлева, С.Ю. Глазьев, В.В. Харитонов, Н.В. Коваленко, Ю.Н. Полшков, Г.А. Хмелева, Н.И. Хромов, Е.С. Шилец [1 –4] и др. учёные.

Цель исследования состоит в систематизации и совершенствовании принципов управления ИР региона на основе формирования ЧК.

Результаты исследования. С момента возникновения экономическая наука изучала человеческие способности, их место и роль в развитии общества. Первоначально под ЧК понималась совокупность инвестиций в индивидуума, позволяющая увеличить его способности к трудовой деятельности. В дальнейшем понятие ЧК значительно расширилось.

В настоящее время население многих стран сокращается, средний возраст пенсионеров увеличивается, а количество трудоспособных

граждан падает. Появляется необходимость формирования и воспроизводства ЧК в интересах ИР каждого региона. Формирование ЧК – процесс генерации его устойчивого вида. Воспроизводство ЧК один из ключевых факторов социально-экономического развития региона [3].

Принципами, на которых основано управление ИР региона, являются:

- децентрализация;
- интеллектуализация экономики;
- высокотехнологичность;
- комфортность проживания;
- капиталоемкость ЧК;
- конкурентоспособность экономики.

Данные принципы реализуются управленческими решениями и характеризуются показателями ИР, которые оцениваются (табл. 1).

Таблица 1

Принципы управления инновационным развитием региона

Принципы	Показатели инновационного развития, реализующие принципы
децентрализация	индекс экономической свободы
интеллектуализация экономики	уровень развития образования и науки
высокотехнологичность	наличие в регионе 5-го или 6-го технологических укладов экономики
комфортность проживания	качество жизни
капиталоемкость человеческого капитала	стоимость человеческого капитала
конкурентоспособность экономики	уровень экономического развития; доля инновационных предприятий и инновационной продукции

Характеризуя показатели ИР, отметим, что под экономической свободой понимают отсутствие правительственного вмешательства в производство, распределение и потребление товаров и услуг, за исключением необходимой гражданам защиты. Для измерения уровня развития образования и науки используются: показатель образованности населения; показатель уровня научно-исследовательской активности; показатель расходов на образование.

С.Ю. Глазьев трактует термин «технологический уклад» [2, с. 10- 11] как целостное и устойчивое образование, в рамках которого осуществляется замкнутый цикл, начинающийся с добычи и получения первичных ресурсов и заканчивающийся выпуском набора конечных продуктов, соответствующих типу общественного потребления. Причём, 5-й уклад определяется доминированием телекоммуникаций и компьютеров, а 6-й – нанотехнологиями в комплексе с био-информационно-коммуникационными технологиями.

Рассмотрим индикатор уровня экономического развития (УЭР) региона E_j , где индекс j обозначает номер региона среди n анализируемых. Оценим абсолютные и относительные статистические показатели p_j каждого региона, из значений которых вычитаем $\min_{j=1,n} p_j$, делим на разность между $\max_{j=1,n} p_j$ и $\min_{j=1,n} p_j$, а затем умножаем на 100. Показатели P_j ($j = \overline{1,n}$) могут принимать значения от 0 до 100 баллов, что позволит перевести совокупные индикаторы в 100-балльную шкалу.

В состав индикатора УЭР региона E_j входят показатели объема выпуска продукции на душу населения $P_{j,1}$, стоимости основных производственных фондов на душу населения $P_{j,2}$, объема инвестиций в ЧК региона на душу населения $P_{j,3}$ и доля занятых в экономике региона $P_{j,4}$, что в совокупности даёт:

$$E_j = u_1 \cdot P_{j,1} + u_2 \cdot P_{j,2} + u_3 \cdot P_{j,3} + u_4 \cdot P_{j,4},$$

при условии

$$u_1 + u_2 + u_3 + u_4 = 1.$$

Веса могут принимать равные значения (в этом случае 0,25). Такой подход к присвоению значений статистического веса называют эгалитарно-объективистским. Возможны и другие подходы [4].

Заключение. Данная работа посвящена систематизации и совершенствованию принципов управления инновационным развитием региона на основе формирования человеческого капитала. Предложена методика оценки уровня экономического развития региона, который реализует принцип конкурентоспособности экономики.

Список литературы

1. Развитие человеческого потенциала и человеческого капитала: теоретические и практические аспекты: монография / А.М. Афонин, О.Э. Башина, Ю.Е. Ефремова [и др.]. – М.: Московский гуманитарный университет, 2014. – 180 с.
2. Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике: монография / под ред. академика РАН С.Ю. Глазьева и профессора В.В. Харитонов. – М.: «Тривант», 2009. – 304 с.
3. Полшков Ю.Н. Стохастическая методика оценки показателей инвестиционно-инновационного развития в системе управления экономикой региона / Ю.Н. Полшков // Вестник Института экономических исследований. – 2018. – № 3(11). – С. 88-96.
4. Полшков Ю.Н. Совершенствование диагностических процедур риск-менеджмента в хозяйственном комплексе и социально-трудовой сфере территориального образования на основе прикладного регрессионного моделирования / Ю.Н. Полшков // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – № 2. – С. 177-184.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ МОДЕЛИРОВАНИЯ АВАРИЙНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Колесник Л.И., канд. техн. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

l.kolesnik@donnu.ru

Введение. По принятому определению авария – это опасное техногенное происшествие, создающее на объекте, определенной территории или акватории угрозу жизни и здоровью людей и приводящее к разрушению зданий, сооружений, оборудования и транспортных средств, нарушению производственного или транспортного процесса, а также к нанесению ущерба окружающей природной среде [1]. Чтобы предотвратить аварии, необходимо иметь модель, описывающую конкретную аварию на конкретном объекте. Эта модель должна давать количественную оценку опасности возникновения аварии, которая позволит контролировать аварийность объекта.

Основная часть. Говоря о вероятностной модели аварии, мы исходим из того, что авария происходит при совпадении во времени других событий, его инициирующих. Допустим, что авария возникает при совмещении опасных состояний n независимых элементов x_1, x_2, \dots, x_n . Каждому нормальному состоянию элемента припишем число 0, а опасному – число 1. Таким образом, мы имеем ступенчатый процесс изменения состояния элемента x_i системы. Обозначим его $a_i(t)$. Определим i -й элемент системы x_i двумя случайными величинами: ξ_i – время между двумя смежными опасными состояниями элемента x_i ; η_i – время пребывания элемента x_i в опасном состоянии. Существуют чередующиеся отрезки времени для x_i :

$$\xi_i^1, \eta_i^1; \xi_i^2, \eta_i^2; \dots; \xi_i^n, \eta_i^n; \dots$$

в которых последовательно $a_i(t) = 0$ и $a_i(t) = 1$. Пусть случайной величине ξ_i соответствует функция распределения $F_i(t)$, а случайной величине η_i – функция распределения $G_i(t)$.

Предположим, что одновременный переход двух элементов системы из одного состояния невозможен. Таким образом, каждый i -й элемент системы описывается двумя состояниями: безопасным («0») и опасным («1»), а каждая n – элементная система η описывается безопасными состояниями (их всего $2^n - 1$), образующим множество E , и одним опасным состоянием, которые определяются n - мерным набором из нулей и единиц $(a_1(t), a_2(t), \dots, a_n(t))$.

Начальное состояние системы: $e_1 - (0,0, \dots, 0)$, $a_i(t) = 0, i = 1,2, \dots, n$.
 Аварийное состояние $e_{2^n} - (1,1, \dots, 1)$, $a_i(t) = 1, i = 1,2, \dots, n$.

В таком описании аварии соответствует момент, когда система попадет в аварийное состояние e_{2^n} , т.е. когда

$$a_1(t) = 1, a_2(t) = 1, \dots, a_n(t) = 1.$$

Наличие аварии не зависит от длины общей части наложившихся промежутков времени $\eta_1, \eta_2, \dots, \eta_n$, а зависит только от того, соприкоснулись они или нет [2].

Формализовав таким образом систему, мы можем применить теорию полумарковских процессов для нахождения среднего времени между авариями ($\bar{\tau}_1$) [3]. Реализация описанного случайного процесса изображена на рис. 1.

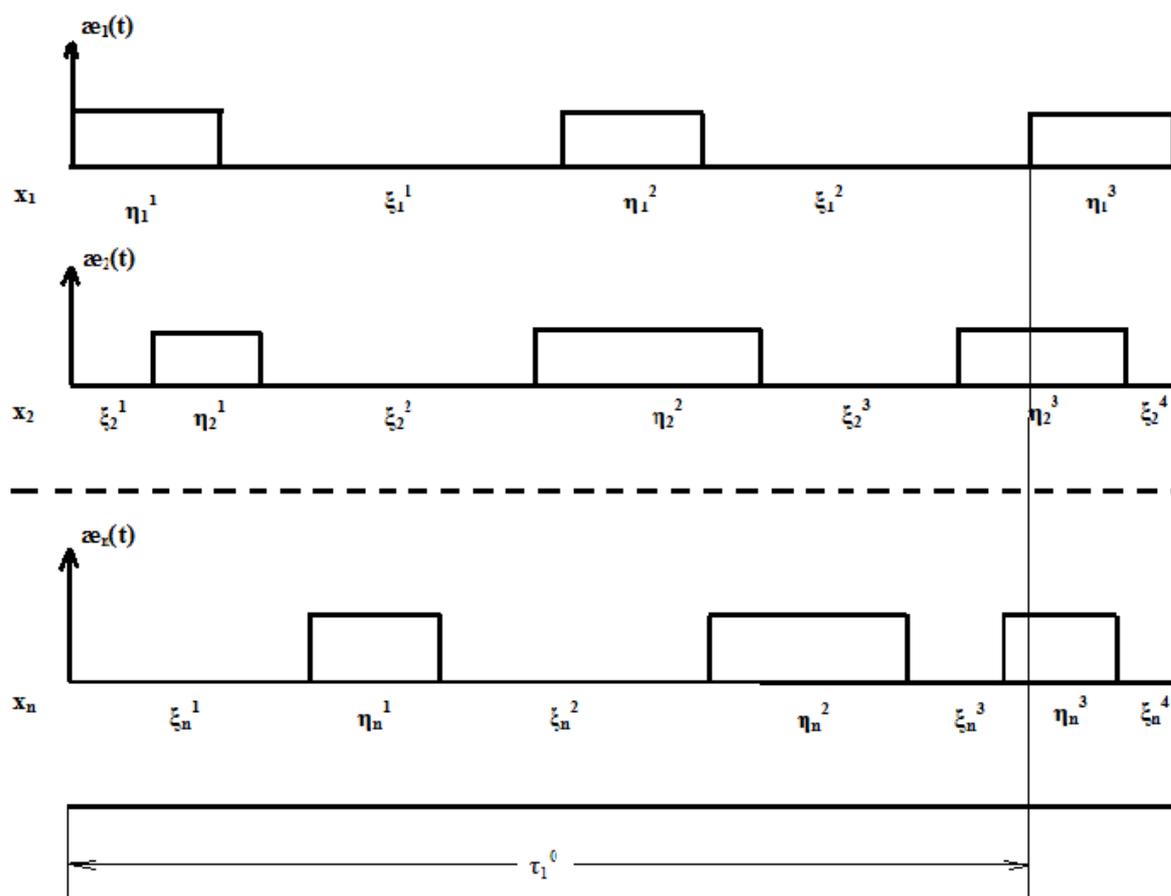


Рис. 1. Реализация случайного процесса образования аварии

Пусть τ_1^0 – время до первой аварии. Его математическое ожидание $\bar{\tau}_1$. После того, как произошла авария, ситуация возобновляется и промежуток времени τ_2^0 между первой и второй авариями является случайной величиной, не зависящей от τ_1^0 , но имеющей то же

статистическое распределение и, в частности, то же математическое ожидание.

Обозначим $H(t)$ математическое ожидание числа аварий за промежуток времени $[0, T]$. Тогда среднее число аварий в единицу времени будет составлять

$$H = \lim_{T \rightarrow \infty} \frac{H(T)}{T} = \frac{1}{\bar{\tau}_1}.$$

Смысл этого выражения заключается в том, что если с момента последней аварии прошло достаточно длительное время, то вероятность аварии в любом интервале времени постоянна, независимо от конкретного вида распределений времени между авариями.

Таким образом, умея вычислять среднее время между авариями $\bar{\tau}_1$, можно определять среднее число аварий в единицу времени, которую часто помещают в ГОСТы. Если функционирование системы можно представить с помощью описанных выше процессов $\alpha_1(t), \alpha_2(t), \dots, \alpha_n(t)$, то стационарные характеристики системы не зависят от функций распределения $F_i(t)$ и $G_i(t)$ при $i = 1, 2, \dots, n$, а зависят только от их средних значений и от структуры системы. Применительно к поставленной задаче это означает, что для нахождения $\bar{\tau}_1$ функции $F_i(t)$ и $G_i(t)$ при $i = 1, 2, \dots, n$ можно заменять экспоненциальной функцией распределения с теми же математическими ожиданиями. Это означает, что для создания математической модели аварии можно применять теорию марковских процессов.

Заключение. В работе представлена постановка задачи моделирования аварийности на промышленном предприятии. Полученные в дальнейшем формулы для нахождения среднего времени до первой аварии позволяют организовать более эффективный контроль безаварийности на объекте. К примеру, если речь идет о взрывобезопасности на участке угольной шахты, то такая модель позволит дать численную оценку взрывобезопасности существующих комплексно-механизированных участков, сравнивать полученные результаты с нормированными и принимать соответствующие меры, если фактический уровень взрывобезопасности окажется ниже нормированного.

Список литературы

1. ГОСТ Р 12.0.006-2002: Система стандартов безопасности труда. Общие требования к системе управления охраной труда в организации.
2. Ковалев А.П. Применение теории полумарковских процессов для оценки безопасности и надежности систем / А.П. Ковалев, Л.И. Сердюк // Горная электромеханика и автоматика. – 1984. – №44. – С.18-23.
3. Королюк В.С. Время пребывания полумарковского процесса в фиксированном множестве состояний / В.С. Королюк. – УМК. – 1965. – № 3. – С.123-128.

МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Колесник Л.И., канд. техн. наук, доц., *Лубенская В.В.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
l.kolesnik@donnu.ru

Введение. Управление хозяйственной деятельностью предприятия – процесс планирования и реализации исследовательской, производственной и сбытовой деятельности предприятия, направленный на согласование его внутренних возможностей с возможностями и ограничениями внешней среды ради достижения определенных социально-экономических целей предприятия [1]. Управление маркетингом розничного предприятия – это процесс планирования и претворения в жизнь комплекса мероприятий, направленных на привлечение новых и удержание существующих покупателей, с целью создания конкурентоспособного магазина и получения постоянной прибыли [2]. Формирование и дальнейшее развитие рыночных отношений вызывает необходимость повышения эффективности маркетинговых разработок и, следовательно, повышения конкурентоспособности розничных предприятий.

Актуальность темы обусловлена тем, что анализ прибыльности позволяет понять, насколько эффективно менеджмент реализует стратегию фирмы по формированию финансовых результатов. Учитывая большое количество инструментов, которые находятся в руках аналитика при оценке рентабельности, важно использовать совокупность различных методов и подходов в процессе.

Основная часть. Основу коммерческой деятельности розничного торгового предприятия на потребительском рынке составляет процесс продажи товаров. Экономическое содержание этого процесса отражает товарооборот, который является одним из основных экономических показателей хозяйственной деятельности предприятия. Товарооборот – это объем продажи в денежном выражении, рассчитанный за определенный период времени. На рис. 1 представлена динамика товарооборота предприятия ООО «Ваш магазин» за 3 года (2016–2018 гг.).

Проведем анализ эффективности рекламной деятельности ООО «Ваш магазин», для чего рассмотрим конкретные рекламные средства и их способность удовлетворить поставленные цели. Как известно, на объем розничного товарооборота оказывают влияние меры по продвижению товаров. Поскольку целью торгового предприятия является увеличение товарооборота, то интересно исследовать зависимость этого показателя от факторов, влияющих на него. В данной работе оценивается влияние

товарооборота от проводимых рекламных мероприятий. В табл. 2 приведены данные по товарообороту и расходам на рекламу за три года.

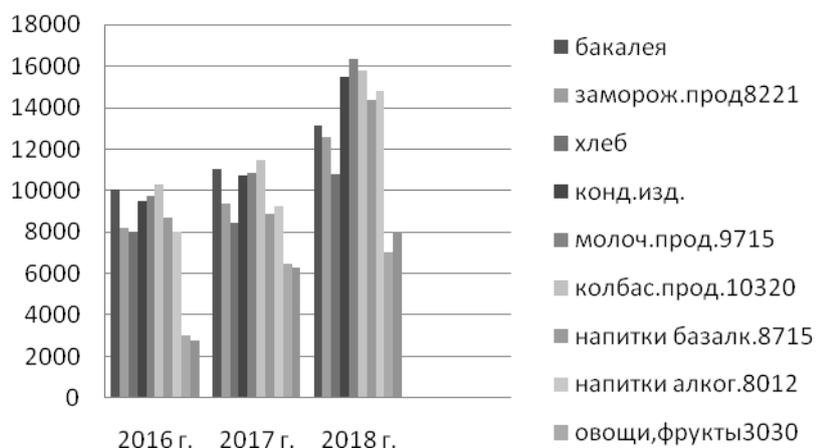


Рис. 1. Рост и структура товарооборота по основным товарным группам

Таблица 1

Расходы на рекламную деятельность ООО «Ваш магазин» в 2018 г.

№ п/п	Вид рекламы	Сумма, тыс. руб.
1	Реклама в газетах	46,8
2	Создание веб – сайта	7,0
3	Полиграфическая продукция (буклеты, брошюры)	11,73
4	Наружная реклама	18,3
5	Рекламные аудиоролики	1,3
	Итого	85,13

Таблица 2

Зависимость товарооборота от используемой рекламы

Квартал, год	Товарооборот, тыс. руб.	Затраты на рекламу, тыс. руб.
1 кв. 2016 г	17589	10,3
2 кв. 2016 г	18329	11,4
3 кв. 2016 г	20177	12,2
4 кв. 2016 г	22260	13,8
1 кв. 2017 г	23005	14,2
2 кв. 2017 г	24180	15,1
3 кв. 2017 г	22042	13,5
4 кв. 2017 г	23506	14,6
1 кв. 2018 г	25328	16,2
2 кв. 2018 г	32081	20,2
3 кв. 2018 г	34587	22,2
4 кв. 2018 г	36360	26,53

В результате использования инструмента «Регрессия» пакета прикладных программ «Анализ данных» в Microsoft Excel получаем

уравнение регрессии товарооборота торговой сети от используемой торговой площади:

$$y = 4869,3 + 1266,6 * x,$$

где y – товарооборот, тыс. руб., x – затраты на рекламу, тыс. руб.

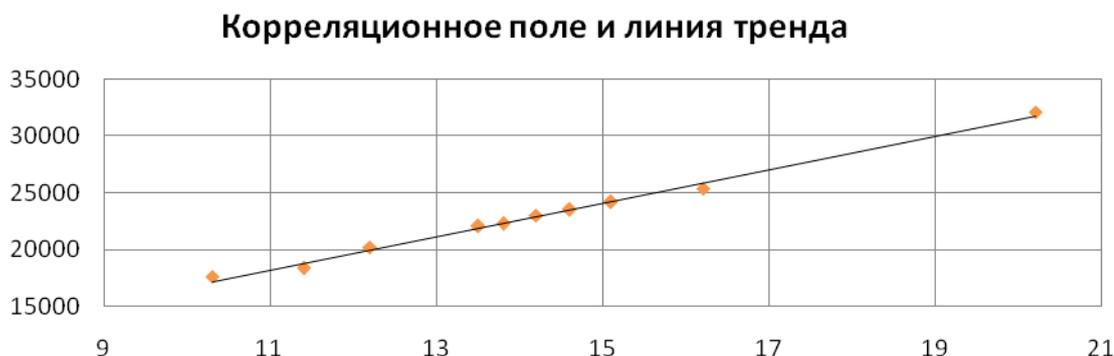


Рис. 2. Зависимость товарооборота от используемой торговой площади

Множественный коэффициент корреляции характеризует тесноту линейной связи фактора X с переменной Y . Так как для данного случая $R = 0,9733$, то делаем вывод, что линейная зависимость пригодна. По множественному коэффициенту детерминации $R^2 = 0,973$ определяем, что 2,7 % составляет долю дисперсии Y , вызванную неучтенными факторами. Значимость уравнения регрессии определялась по критерию Фишера: $F_{\text{расч}} = 255,6 > F_{\text{табл}} = 5,3$, что позволило сделать вывод об адекватности полученного уравнения приведенным данным. Уравнение показывает, что с увеличением затрат на рекламу на 1 000 руб. товарооборот магазина возрастет на 1 266 600 руб.

Заключение. В работе проанализированы данные по товарообороту предприятия ООО «Ваш магазин» за 2016–2018 гг. Исследована зависимость товарооборота от применяемых рекламных мероприятий предприятия. Получено уравнение регрессии, позволяющее прогнозировать товарооборот магазина.

Список литературы

1. Данько Т. П. Управление маркетингом: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. П. Данько. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 521 с. – Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.
2. Манн И. Маркетинг на 100%: ремикс. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 352 с.

ДЕКОМПОЗИЦИЯ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Курносова О.А., канд. экон. наук, доц.

ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР

kurnosova.olesya@mail.ru

Введение. В условиях цифровизации качество и полнота управленческой информации определяют эффективность механизма управления промышленными предприятиями. В условиях восстановления производственно-экономического потенциала ДНР и формирования инновационных схем цепей поставок важное значение имеет выбор приоритетных направлений стратегии логистического сервиса, ориентированной на повышение качества, результативности и скорости обслуживания заказов клиентов. Поскольку при этом информации отводится исключительная роль на всех уровнях принятия решений, то возникает необходимость декомпозиции процессов формирования стратегии логистического сервиса промышленных предприятий.

Цель исследования – предложить информационную модель процесса формирования стратегии логистического сервиса промышленных предприятий для обеспечения информационной поддержки принимаемых решений при выборе наиболее приоритетных направлений ее реализации.

Основная часть. Ключевое значение при выборе стратегии логистического сервиса имеет платформа, на которой работает промышленное предприятие – B2B (business-to-business) либо B2C (business-to-customer). Очень часто предприятие не достигает поставленных целей, поскольку не учитывает специфику продаж и логистического обслуживания для различных групп потребителей. В условиях цифровизации акцент делается на применении передовых технологий производства и управления для восстановления промышленного потенциала. В связи с этим, детализации требует стратегия логистического сервиса на рынках «B2B». Кроме того, в условиях дипломатической изоляции и экономической блокады возник разрыв кооперационных связей, вследствие чего именно рынки B2B подверглись наибольшему негативному влиянию. Формирование инновационных цепей поставок в промышленности Донецкой Народной Республики определяют необходимость разработки стратегии развития предприятий в новых условиях хозяйствования.

Модель, которая описывает потоки и процессы обработки информации, возникающие в процессе управления, является информационной моделью [1]. Информационная модель процессов обоснования и реализации решений в системе логистического сервиса промышленных предприятий

разработана нами в работах [1; 2; 3]. В данном исследовании предлагается декомпозиция процесса формирования стратегии логистического сервиса (рис. 1).

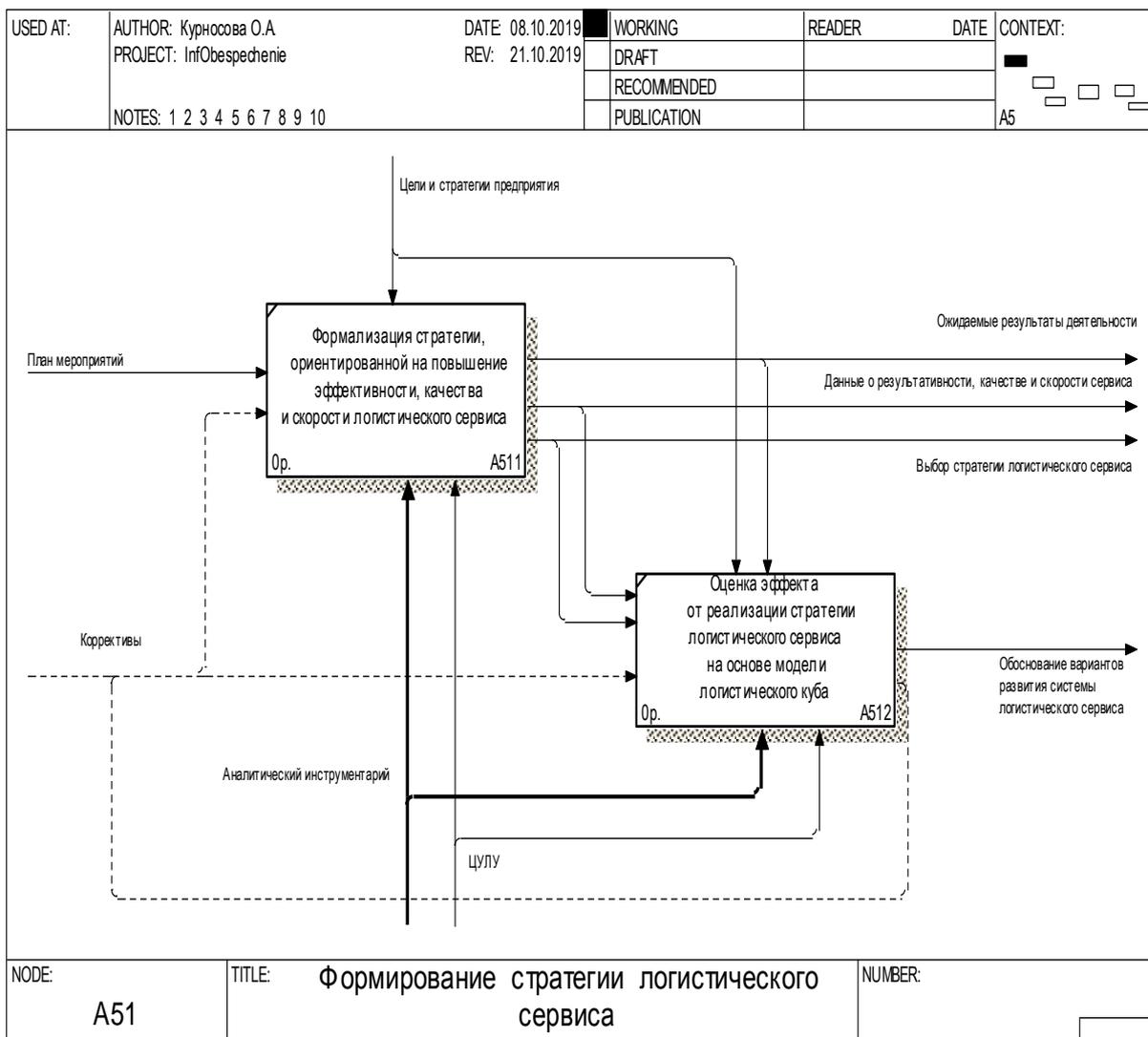


Рис. 1. Схема информационного обеспечения процесса формирования стратегии логистического сервиса

Формирование стратегии логистического сервиса осуществляется в центре управления логистическими услугами (ЦЗЛУ) при использовании специального аналитического инструментария. Процесс формирования стратегии логистического сервиса включает следующие подпроцессы: формализация стратегии, ориентированной на повышение эффективности, качества и скорости логистического сервиса (блок А511 на рис. 1); оценка эффекта от реализации стратегии логистического сервиса на основе модели логистического куба (блок А512 на рис. 1). Процесс формализации стратегии направлен на достижение конкурентных преимуществ за счет ее ориентации на повышение результативности, качества и скорости

логистического сервиса. Оценка эффекта от реализации стратегии осуществляется на основе модели логистического куба. Определение численного значения эффекта реализации стратегии логистического сервиса позволяет реализовать бенчмаркинг-проекты, в рамках которых обосновываются варианты развития системы логистического сервиса.

Заключение. Декомпозиция процесса формирования стратегии логистического сервиса обеспечивает наглядность информации в разрезе процессов и выполняемых функций и может служить основой для автоматизации системы управления логистическим сервисом на промышленных предприятиях.

Список литературы

1. Лепа Р.Н. Информационное обеспечение процессов обоснования решений в системе логистического сервиса промышленных предприятий в условиях цифровизации / Р.Н. Лепа, О.А. Курносова // Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами: материалы VI Международной научно-практической конференции, г. Донецк, 8 апреля 2020 г. / отв. ред. О.Н. Шарнопольская, И.А. Кондаурова, Е.Г. Курган; ГОУВПО «ДОННТУ». – Донецк: ДОННТУ, 2020. – С. 419–433.
2. Курносова О.А. Информационное обеспечение механизма управления системой логистического сервиса на промышленных предприятиях / О.А. Курносова // Вестник Института экономических исследований, 2019. – № 4. – С. 40–47.
3. Курносова О.А. Информационное обеспечение процессов реализации решений в системе логистического сервиса промышленных предприятий / О.А. Курносова // Бизнес-инжиниринг сложных систем: модели, технологии, инновации: Сборник материалов IV международной научно-практической конференции 14-16 ноября 2019 г. – ДонНТУ: Донецк, 2019. – С. 223–226.

УДК 330:332.02:332.1:338.984:338.012

КОНЦЕПЦИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

*Половян А.В.¹, д-р экон. наук, доц., Лепа Р.Н.², д-р экон. наук, проф.,
Курносова О.А.², канд. экон. наук, доц., Высоцкий А.Е.²*

¹Министерство экономического развития ДНР, г. Донецк, ДНР

²ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР

polovyanyan@yandex.ru, Roman.Lepa@gmail.com,

kurnosova.olesya@mail.ru, vysotsky.a.e@econri.org

Введение. Обеспечение экономического роста Донецкой Народной Республики определяет потребность в научном обосновании последствий реализации стратегических решений. Решение поставленной задачи возможно на основе построения комплекса экономико-математических

моделей, имитирующих экономические процессы в Республике и позволяющего спрогнозировать развитие экономики с учетом влияния формируемых управленческих решений Правительства по реформированию экономики Республики. В данных обстоятельствах появляется необходимость в разработке информационно-аналитической системы анализа и прогнозирования развития экономики ДНР с учетом оценки последствий реализации управленческих решений в экономике.

Основная часть. Главным объектом моделирования в разрабатываемой системе выступает экономика ДНР, которая представляет собой динамическую систему, функционирующую в специфической институциональной среде, с уже за шесть лет ставшими устойчивыми формальными и неформальными нормами (юридическими, социальными, политическими и др.). Основное назначение комплекса моделей:

2. Блок информационно-аналитического обеспечения принятия управленческих решений в сфере стратегического управления экономикой Республики на основе использования консолидированного анализа статистической информации, характеризующей текущее состояние экономики ДНР, ее оперативное обновление и хранение.

3. Прогноз ключевых показателей экономического развития ДНР при сложившихся параметрах экономической системы.

4. Блок сценарного прогноза ключевых показателей экономического развития при изменении регуляторов и целевых установок.

В соответствии с логикой и целями исследования в процессе разработки информационно-аналитической системы анализа и прогнозирования развития экономики ДНР обосновано применение имитационных моделей, отвечающие на вопрос «как могут протекать процессы?», в отличие от оптимизационных, которые отвечают на вопрос «как должны протекать процессы?». В качестве инструментария для исследования было обосновано применение метода системно-динамического моделирования, при котором имитируемые модели представлены как динамические информационные системы с обратной связью. ГУ «Институт экономических исследований» уже имеет опыт разработки аналогичных модельных комплексов. Так, представленный в [1] комплекс моделей Информационно-аналитической системы сопровождения бюджетного процесса подразделялся на две группы:

7. Объектные модели (математические аналоги предметов и явлений, из которых состоит экономика области). В свою очередь объектные модели включали четыре вида экономических агентов – отрасли реального сектора экономики, финансовый сектор экономики, общественный сектор экономики, население.

8. Модели финансово-экономических регуляторов (математические аналоги тех действий субъектов регулирования, которые оказывают влияние на социально-экономические процессы в экономике с целью достижения заданных параметров).

С учетом текущей экономической ситуации, масштабов и структуры экономики ДНР, в качестве концептуальной идеи для моделирования системы анализа и прогнозирования развития экономики ДНР обоснована целесообразность декомпозиции моделей вплоть до отдельных предприятий основных ведущих видов экономической деятельности – на начальном этапе угледобывающей промышленности, металлургии, энергетики и машиностроения. Агрегирование моделей предприятий позволит построить модели экономики отраслей и агрегированной модели экономики Республики с целью прогнозирования основных социально-экономических показателей для каждого уровня моделей: бюджет, занятость, безработица, производство, потребление, импорт, экспорт и др. Идея и логика такого подхода к моделированию процессов анализа и прогнозирования экономики заключается в том, что в настоящее время в экономической системе ДНР некоторые отрасли представлены всего несколькими предприятиями. Построение моделей отдельных предприятий и агрегирование их в отраслевые модели обеспечит информационно-аналитическую поддержку принимаемых решений на всех уровнях управления (рис. 1).

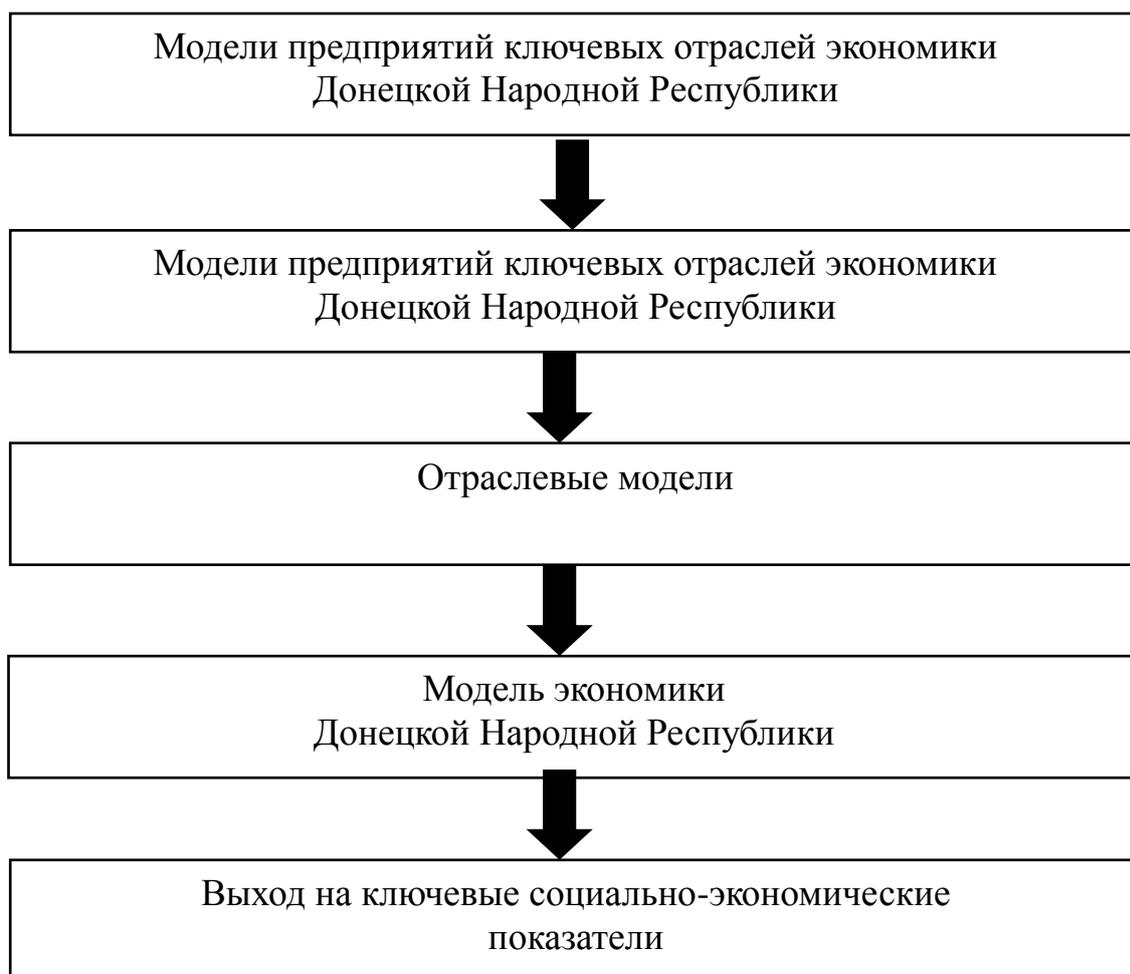


Рис. 1. Иерархия моделей в информационно-аналитической системе анализа и прогноза развития Донецкой Народной Республики

В ходе работы по разработке комплекса моделей анализа и прогнозирования развития экономики ДНР выполнены следующие шаги:

- Сформирована структура информационного массива и подготовлен запрос в Главное управление статистики ДНР для построения моделей отдельных предприятий ключевых отраслей.

- Определены направления конкретизации моделей отдельных предприятий с учетом индивидуальных аспектов их функционирования и ключевых факторов, оказывающих влияние на результативность их деятельности, таких как устойчивость цепей поставок, объем спроса, уровень конкуренции в отрасли, уровень технологии, уровень инновационной активности, нормативно-правовое обеспечение и др.

- Подготовлен набор таких регуляторов для прогнозирования социально-экономических показателей ДНР, как цены на продукцию, уровень минимальной заработной платы, тарифы на логистическое обслуживание, тарифы на энергоносители, уровень инфляции и др.

Заключение. Предложенный подход позволил формализовать процессы по разработке комплекса моделей анализа и прогнозирования развития экономики ДНР. Его ключевой особенностью является агрегирование экономико-математических моделей отдельных предприятий в отраслевые модели и комплексную модель экономики, что позволяет осуществить имитацию происходящих в ДНР экономических процессов. Интеграция в данные модели регуляторов позволит спрогнозировать социально-экономические показатели под влиянием целенаправленного управленческого воздействия на всех уровнях принятия решений.

Список литературы

1. Как обосновать бюджетно-налоговую политику государства? Опыт научного проектирования и реализации автоматизированной системы сопровождения бюджетного процесса на региональном уровне: моногр. / В.П. Вишневский, Р.Н. Лепа, А.В. Половян и др.; под общ. ред. В.П. Вишневого / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2011. – 116 с.
2. Лоу А. Имитационное моделирование. Классика CS / А. Лоу, В. Кельтон; пер. с англ.; 3-е изд. – СПб: Питер; Киев: Издательская группа ВHV, 2004. – 847 с.
3. Форрестер Дж. Основы кибернетики предприятий (Индустриальная динамика) / Дж. Форрестер; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1971. – 229 с.
4. Sterman J. Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World / J. Sterman. – Irwin McGraw-Hill, 2000. – 982 p.
5. Алехнович С.О. Системно-динамическое моделирование: принципы, структура и переменные (на примере Московской области) / С.О. Алехнович, Д.Е. Слизовский, Э.Н. Ожиганов // Вестник РУДН. Серия Политология. – 2009. – №1. – С. 22–35.
6. Власова Н.А. Интеграция концептуальных и имитационных моделей для задач исследования социально-экономических систем / Н.А. Власова, А.В. Горохов, К.И. Иванов // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – Вып. 6 (25). – Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/76EVN614.pdf>. – Дата обращения: 15.10.2020.
7. Как обосновать бюджетно-налоговую политику государства? Опыт научного проектирования и реализации автоматизированной системы сопровождения

бюджетного процесса на региональном уровне: моногр. / В.П. Вишневский, Р.Н. Лепа, А.В. Половян и др.; под общ. ред. В.П. Вишневского / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2011. – 116 с.

УДК 338.24: 332.1: 330.322: 330.341: 330.4

ПРИКЛАДНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ РЕСУРСОВ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИКОЙ РЕГИОНА

Полшков Ю.Н., д-р экон. наук, доц., *Бадевич Д.К.*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
yu.polshkov@donnu.ru

Введение. На сегодняшний день особое значение приобретают прикладные методы пространственного распределения ресурсов при управлении экономикой региона, что связано с глобализацией, и, как следствие, усилением кризисных явлений в мире. Всё чаще возникает необходимость принимать управленческие решения относительно проблем, связанных с реорганизацией системы управления для повышения конкурентоспособности и привлекательности её экономики.

Проблемами пространственного распределения ресурсов в контексте управления экономикой региона занимались Г.А. Айдаев, Л.Н. Бабкина, В.Г. Былков, А.Г. Гранберг, Т.Н. Иванов, П.А. Минакир, Н.В. Мордовченков, А.В. Пелашенко, С.А. Суспицын, Р. Барро, А. Лещ, Р.Р. Нельсон, Д. Родрик, Х. Сала-и-Мартин, У.Дж. Уинтери другие учёные [1 – 5].

Целью исследования является систематизация инструментов пространственного распределения ресурсов при управлении экономикой региона.

Основные результаты. Одним из наиболее распространённых инструментов управления ресурсным потенциалом является метод программно-целевого стратегического планирования, который направлен на реализацию государственной политики во всех отраслях и сферах функционирования. Метод ориентирован на достижение поставленных целей через логическую схему «цели – пути – способы – средства».

Первоначально определяются ключевые цели, способы и пути их реализации, а далее разрабатывается детализированная программа по их достижению, что позволяет оказывать влияние на конечный результат через систему гибкого управления и мониторинга. Особая роль программно-целевого метода определяется тем, что у государства не всегда есть возможность привлечения дополнительных финансовых и материальных ресурсов для развития региона, поэтому необходимо повышать эффективность использования ресурсов [3].

Метод довольно активно используется в регионах РФ. Рассматривая Краснодарский край, стоит отметить, что политика, проводимая в рамках Государственной программы по реализации политических, геостратегических и социально-экономических приоритетов РФ на Юге страны, направлена на повышение качества жизни населения. Осуществляются мероприятия по созданию стимулов развития человеческого капитала, поддержке отраслей реального сектора экономики, развитию взаимовыгодного межрегионального и международного сотрудничества, совершенствованию систем стратегического управления, пространственного развития и территориального планирования на краевом уровне [6].

Координаторами мероприятий являются Министерство экономики, а также Департамент инвестиций и развития малого и среднего предпринимательства Краснодарского края. В 2019 г. общий объём финансирования программ развития составил 57,5 млн. руб.

Анализ системы управления экономикой Донецкой Народной Республики показал, что публичный менеджмент региона с особым статусом руководствуется принципами стратегического планирования. Реализацию данных принципов в структуре Минфина ДНР осуществляет Департамент программно-целевого планирования бюджета, играющий роль координационного инструмента распределения финансовых ресурсов региона, а также оценки эффективности их расходования.

Процесс распределения ресурсов состоит из четырёх этапов:

1. Планирование бюджета как комплекса ассигнований.
2. Построение системы целеполагания и формирование целевых программ.
3. Формирование «программного бюджета».
4. Оценка эффективности деятельности данного проекта.

В ходе прямой линии Глава ДНР Д.В. Пушилин отметил, что одной из главных задач является снижение бюрократических барьеров через использование «регуляторной гильотины» – инструмента масштабного пересмотра и отмены нормативных правовых актов, негативно влияющих на общий бизнес-климат и предпринимательскую среду. Планируется создать новую систему понятных и чётких требований к хозяйствующим субъектам, снять избыточную административную нагрузку на предприятия малого и среднего бизнеса.

По мнению авторов, эффективным прикладным инструментом пространственного распределения ресурсов является экономико-математическая модель двойственной оптимизации.

Предполагается, что экономика региона производит n видов «благ» (товаров, услуг и пр.) P_1, P_2, \dots, P_n , используя m видов ресурсов S_1, S_2, \dots, S_m . Известны запасы ресурсов b_1, b_2, \dots, b_m , расходы a_{ij} ($i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}$) i -го ресурса на производство одной единицы j -го «блага» и цены реализации c_j единицы «блага» j -го вида.

Органы управления экономикой региона заинтересованы в минимизации общих затрат на приобретение ресурсов

$$F = \sum_{i=1}^m b_i y_i \rightarrow \min. \quad (1)$$

Здесь y_i – двойственная оценка цены i -го ресурса. Кроме того, имеется система ограничений

$$\begin{cases} \sum_{i=1}^m a_{ij} y_i \geq c_j, j = \overline{1, n_1}, n_1 \leq n, \\ \sum_{i=1}^m a_{ij} y_i = c_j, j = \overline{n_1 + 1, n}, \end{cases} \quad (2)$$

которая позволяет регулировать цены реализации социально значимых «благ», что очень важно для консолидации общества.

Прикладная модель (1) – (2) позволяет комплексно проводить анализ дефицитности экономических ресурсов и делать стратегический прогноз в рамках управления экономикой региона.

Заключение. В ходе исследования систематизированы инструменты пространственного распределения ресурсов при управлении экономикой региона. Обоснована эффективность таких инструментов, как метод программно-целевого стратегического планирования и «регуляторная гильотина». В качестве прикладного инструмента пространственного распределения ресурсов предложена экономико-математическая модель двойственной оптимизации.

Список литературы

1. Айдаев Г.А. Неравномерность экономического пространства региона с позиции конкурентоспособности трудовых ресурсов / Г.А. Айдаев, А.М. Балханов // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2016. – Т. 197. – С. 320-331.
2. Былков В.Г. Управление регионом на основе пространственного распределения трудовых ресурсов / В.Г. Былков, А.М. Балханов // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2016. – Т. 22. – № 3. – С. 85-92.
3. Пелашенко А.В. Пространственная кластеризация с учётом рисков в системе управления экономикой региона с особым статусом / А.В. Пелашенко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2017. – № 3. – С. 94-98.
4. Суспицын С.А. Измерения в пространстве региональных индикаторов: методология, методики, результаты / С.А. Суспицын // Регион: экономика и социология. – 2014. – № 3. – С. 3-30.
5. Barro, R. Economic growth [Text]: monograph / R. Barro, X. Sala-i-Martin. – Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2004. – 539 p.
6. Краснодарский край в цифрах [Электронный ресурс] / Министерство экономики Краснодарского края. – Режим доступа: <https://economy.krasnodar.ru/macroeconomics/analiz/krasnodar-region-in-figures>. (Дата обращения: 09.10.2020).

ПРИКЛАДНОЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Полишков Ю.Н., д-р экон. наук, доц., *Громыко Ю.В.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
yu.polshkov@donnu.ru

Введение. Прикладной анализ системы управления персоналом можно определить, как использование методик, направленных на оценку эффективности трудового менеджмента в отношении работников предприятия, устремления которых, в основном, сходятся с задачами субъекта хозяйственной деятельности. Организационные цели, традиционно, связываются с обеспечением оптимального функционирования предприятия. Эффективность понимается не только в экономическом плане (рациональное расходование ресурсов, качество продукции, производительность труда, инновации, прибыль), но и в более широком (социальном) контексте, который увязывается с такими понятиями личностного, психологического плана, как удовлетворённость сотрудников своей работой, участием в трудовой деятельности коллектива предприятия, объективным уровнем самооценки персонала, мотивацией к плодотворному труду.

Проблемами разработки аналитических процедур оценки эффективности управления персоналом занимались О.А. Козлова, Г.В. Леонидова, А.С. Лаврентьев, К.А. Устинова, Н.С. Лобарева, А.В. Попов, А.А. Шабунова, А.М. Панов, М.С. Токсанбаева, М.А. Головчин, Н.И. Хромов, Т.С. Соловьёва, Н.Д. Лукьянченко, Н.Е. Муромец, Л.Л. Бунтовская, О.Г. Кривенчук, Н.А. Балтачеева, Е.А. Чекмарева, И.С. Дмитриева, Н.Л. Иванова, Р.Ю. Болдырева, Ф.А. Мосин, Е.С. Шилец, Ю.И. Яцухин, А.Н. Бойко, С. Сет, Д. Канеман, М. Розабет, Г. Минцерберг, Э. Лоулер и др. учёные [1–5].

Цель исследования – совершенствование методов прикладного анализа деятельности службы управления персоналом на предприятии.

Основные результаты. Анализ деятельности службы управления персоналом, выполненный на многих предприятиях, показал, что данный орган является самостоятельным структурным подразделением аппарата управления и подчиняется непосредственно заместителю директора по общим вопросам. Служба управления персоналом функционирует на основе действующего законодательства Донецкой Народной Республики (далее ДНР), КЗоТ ДНР, а также других нормативных документов, приказов и распоряжений.

К основным задачам и функциям деятельности службы управления персоналом относятся:

- разработка политики и стратегии предприятия в области кадрового менеджмента;
- планирование потребности предприятия в персонале;
- разработка систем материальной и других видов мотивации;
- подготовка и формирование кадрового резерва;
- профессионально-квалификационное продвижение работников;
- мониторинг достаточности мотивации персонала, его удовлетворенности условиями и качеством работы, лояльности и управляемости;
- разработка предложений по повышению мотивации работников и улучшению условий труда;
- разработка совместно с руководителями подразделений предприятия планов целевого обучения и тренингов работников;
- улучшение систем обучения персонала.

Организационная структура службы управления персоналом соответствует штатному расписанию предприятия, опираясь на достаточно общие принципы обеспечения менеджмент-процессов (рис. 1).

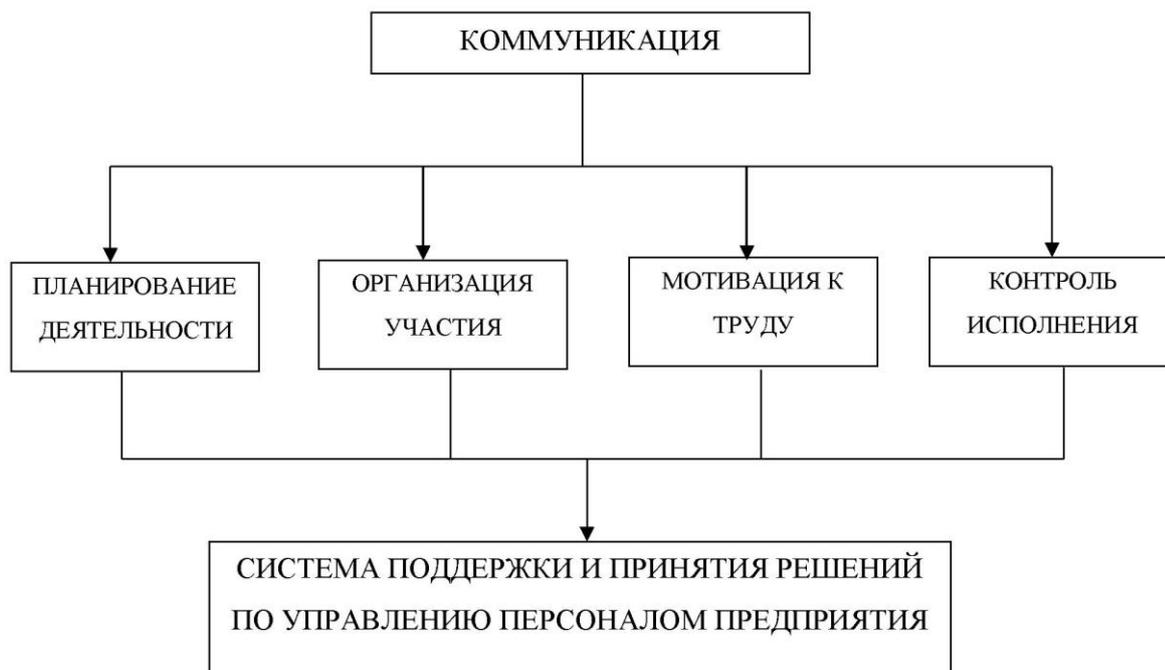


Рис. 1. Управление персоналом как процесс

По нашему мнению, прикладной анализ деятельности службы управления персоналом предприятия должен опираться на методы экономико-математической оптимизации. На этом пути предлагается применять модель рационального использования фонда рабочего времени.

Анализируются m однотипных предприятий, которые производят n видов продукции. Известны: a_i – фонд рабочего времени (например, в человеко-сменах) i -го предприятия ($i = \overline{1, m}$); b_j – потребность в продукции

j -го вида ($j = \overline{1, n}$); p_{ij} – количество продукции j -го вида, произведённой в единицу рабочего времени (смену) на i -м предприятии; c_{ij} – себестоимость производства одной единицы продукции j -го вида на i -м предприятии.

Пусть x_{ij} – объём производства продукции j -го вида на i -м предприятии. Матрица $X = (x_{ij})_{m \times n}$ – совокупный план производства, $Z = Z(X)$ – суммарные производственные затраты. Прикладная экономико-математическая модель будет следующей:

$$Z = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} \cdot x_{ij} \rightarrow \min, \quad (1)$$

$$\begin{cases} \sum_{j=1}^n \frac{x_{ij}}{p_{ij}} \leq a_i & (i = \overline{1, m}), \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} = b_j & (j = \overline{1, n}). \end{cases} \quad (2)$$

$$x_{ij} \geq 0 \quad (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}). \quad (3)$$

Согласно модели (1) – (3), необходимо составить такой план X , чтобы в рамках имеющегося фонда рабочего времени произвести нужное количество продукции с минимальными суммарными затратами.

Заключение. В ходе исследования усовершенствован метод прикладного анализа службы управления персоналом предприятия, использующий экономические подходы и математическое моделирование.

Список литературы

1. Бойко А.Н. Совершенствование системы профессионального развития работников на предприятии – важная составляющая обеспечение инновационного развития экономики / А.Н. Бойко // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2016. – № 2. – С. 11-18.
2. Лукьянченко Н.Д. Инвестиционная поддержка качества персонала предприятия: монография / Н.Д. Лукьянченко, Н.Е. Муромец. – Донецк: Лебедь, 2003. – 178 с.
3. Шилец Е.С. Обеспечение международной конкурентоспособности человеческих ресурсов в условиях интернационализации предпринимательской деятельности / Е.С. Шилец // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2016. – № 2. – С. 142-149.
4. Яцухин Ю.И. Современная система подготовки профессиональных кадров как инструмент повышения качества стратегического управления на муниципальном уровне / Ю.И. Яцухин // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2016. – № 1. – С. 261-263.
5. Seth S. Inequality, Interactions, and Human Development [Текст] / S. Seth // Journal of Human Development and Capabilities. – 2009. – N 10 (3). – P. 375-396.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ КАК ПРИКЛАДНОЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Полишков Ю.Н., д-р экон. наук, доц., *Сирота А.А.*

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
yu.polshkov@donnu.ru

Введение. В современных условиях хозяйствования требуется качественное изменение инструментов стратегического планирования, в том числе институтов и механизмов системы государственных закупок. Это необходимо для совершенствования последней как неотъемлемой части общественного регулирования, обеспечивающей эффективное управление государственными ресурсами, что, в свою очередь, напрямую и опосредованно создаёт благоприятные условия устойчивого развития, как отдельных предприятий, учреждений, организаций, так и отраслей экономики региона.

Вопросами теории и методологии развития институтов и механизмов государственных закупок, повышения эффективности инструментов стратегического планирования занимались В.И. Антонов, О.В. Киселева, О.В. Анчишкина, Р.К. Арыкбаев, Н.В. Афанасьева, В.Н. Белицын, В.В. Вольчик, А.Д. Нечаев, В.Т. Гаджиева, А.Я. Геллер, М.А. Говорушко, Д.Ю. Гунькин, А.Ю. Гуцин, Е.А. Демакова, О.А. Демидова, В.М. Дубель, Е.В. Зибзеева, Л.Г. Каранатова, Н.Н. Кореньяк, С.А. Голик, Т.Ю. Кудрявцева, В.В. Кухарев, М.Ю. Малкина, А.В. Маркеева, В.В. Мельников, А.Н. Морозов, Р.А. Набиев, Л.И. Немченко, В.А. Гребенникова, А.А. Пискунов, А.С. Погорельцев, В.В. Покровская, Е.А. Ускова, С.Е. Прокофьев, М.А. Горбунцов, Л.И. Пронина, М.А. Рожков, О.Н. Балаева, Д.А. Рубвальтер, С.С. Шувалов, О.Г. Самокрутова, Е.С. Новопашина, В.Н. Саранцев, И.Ю. Федорова, А.В. Фрыгин, М.В. Седова, А.П. Филиппов, А.А. Храмкин, О.М. Воробьева, А.Н. Евстащенко, С.А. Черемухин, Н.Д. Шимширт, М.М. Юдкевич, С.Г. Пивоваров, А.А. Яковлев, А.А. Демидов, М.П. Клименко, Е.В. Логинова, М.А. Сурин, А.А. Набоких, Н.А. Девятерикова, И.И. Смотрицкая, С.И. Черных и др. учёные.

Цель исследования – обоснование научно-методических положений в сфере государственных закупок как инструмента стратегического планирования.

Основные результаты. Анализ исследований в проблемной области показал (см. работы [1–5] и их библиографию), что под государственными закупками следует понимать осуществляемые уполномоченными организациями приобретения товаров и услуг за счёт бюджета соответствующего уровня (страны, региона и пр.) для обеспечения работы

государственных предприятий, организаций и учреждений в рамках поставленных институциональных и функциональных задач (рис. 1).



Рис. 1. Терминологический аппарат в сфере государственных закупок

Государственные (муниципальные) закупки, будучи инструментом стратегического планирования, выполняют следующие функции:

- воспроизводственную – удовлетворяют государственные и муниципальные нужды в товарах, услугах и работах, что обеспечивает устойчивое воспроизводство материальных и иных ценностей стратегического характера;
- ценового регулирования – оказывают опосредованное воздействие на динамику цен на товары, услуги и работы с помощью государственных заказов (в том числе, стратегической направленности);
- стимулирующую – при своём расширении являются источником роста совокупного спроса, способствующему поддержке и стимулированию отечественных производителей, регулировке отраслевой и региональной структуры экономики, расширению стратегических позиций на внешних рынках;
- социальную – содействуют осуществлению социально-экономической политики, вовлечению социально уязвимых групп населения в трудовые отношения, стратегическому развитию созидательных общественных процессов;
- инновационную – формируют стратегические предпосылки для создания новой продукции или продукции с новыми потребительскими свойствами и с высокой добавленной стоимостью.

Стратегические планы, по нашему мнению, должны учитывать факторы неопределённости и конфликтности интересов в сфере государственных закупок. Такие ситуации удобно моделировать с помощью прикладных методов теории игр.

Рассмотрим матричную игровую модель, описывающую конкурентную борьбу между двумя игроками, которые участвуют в государственных закупках. Первый игрок имеет m стратегий поведения, второй – n стратегий. Под выигрышем будем понимать выигрыш первого игрока, который является одновременно проигрышем для второго. Выигрыш $b_{ij}(\omega)$ ($i = \overline{1, m}$; $j = \overline{1, n}$) – стоимостной объём закупки (носит характер случайной величины), который получит первый игрок, применив i -ю стратегию, при ответной j -й стратегии второго игрока.

Переход от стохастической задачи к детерминированной можно осуществить с помощью математических ожиданий $a_{ij} = M[b_{ij}(\omega)]$ ($i = \overline{1, m}$; $j = \overline{1, n}$), под которыми понимают средние объёмы закупок, формирующие платёжную матрицу:

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{pmatrix}.$$

Оптимальная стратегия обеспечивает игроку при многократном повторении игры максимально возможный средний выигрыш V , который называют ценой игры.

Заключение. В работе обоснованы научно-методические положения в сфере государственных закупок как инструмента стратегического планирования. Для учёта факторов неопределённости и конфликтности интересов в сфере государственных закупок предложено использовать прикладные методы теории игр.

Список литературы

1. Ильина Ю. Государственные закупки: правовые и стратегические аспекты / Ю. Ильина // Наука и инновации. – 2018. – № 6. – С. 35-37.
2. Клименко М.П. Анализ инструментов стадии планирования государственных закупок / М.П. Клименко // Развитие территорий. – 2019. – № 4 (18). – С. 42-44.
3. Логинова Е.В. Процесс стратегического планирования закупок / Е.В. Логинова, М.А. Сурин // Проблемы науки. – 2018. – № 5 (29). – С. 42-46.
4. Набоких А.А. Управление закупками как инструмент стратегического развития предприятия в сфере пищевой промышленности / А.А. Набоких, Н.А. Девятерикова // Journal of Economy and Business. – 2019. – Vol. 11-2 (57). – С. 113-116.
5. Смотрицкая И.И. Общественные закупки как стратегический инструмент научно-технического развития российской экономики / И.И. Смотрицкая, С.И. Черных // Инновации. – 2017. – № 4 (222). – С. 30-36.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТРУДА (НА ПРИМЕРЕ г. КРАСНОДАР)

Сухинин А.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет, г. Донецк, ДНР
a.suhinin@donnu.ru

Актуальность. Рынок труда играет огромную роль в современном мире. Он является неким распределительным механизмом и связующим звеном между трудоспособными гражданами и конкретными местами работы. В рамках нашей темы будет рассмотрен рынок труда города Краснодар. Для анализа была взята категория «город», так как он является центром экономического роста и развития государства, территорией концентрации знаний, инноваций, технологий и капитала.

Цель. Рынок труда города достаточно нестабильная система, эффективность которой зависит от многих факторов, поэтому целесообразным будет проведение анализа рынка труда по ключевым показателям, рассмотрение изменения его структуры по статистическим данным города Краснодар.

Основная часть. Основным фактором производства рыночной экономики является рынок труда. С его помощью население обеспечивается работой, заработной платой, в результате чего сохраняется нормальный уровень занятости в государстве и максимальное количество людей вовлекается в воспроизводственный процесс.

Для оценки и анализа рынка труда г. Краснодар мы изучим численность безработных и занятых, а также уровень заработной платы. В результате рассмотрения занятости города Краснодара было выяснено, что численность рабочей силы за 2016, 2017 и 2018 года составила 2 739, 2 777 и 2 816 тысяч человек, из них общее количество безработных равно 17, 15 и 14 тысяч человек. Количество безработных женщин преобладает от числа безработных мужчин. Основная причина выделения женщин в особую категорию, нуждающуюся в большей социальной поддержке, связана с их способностью к деторождению, которая, обеспечивая продолжение рода, является основанием жизнеспособности того или иного социума. В связи с этим биологическим фактором женщине, при прочих равных условиях, тяжелее мужчинам найти подходящую работу. Уровень регистрируемой безработицы в Краснодаре в 2018 году составил 0,4 %, что на 0,1 % ниже, чем в 2017 году. Постепенное снижение уровня безработицы может быть связано с содействием роста занятости, а именно осуществлением государством мониторинга в сфере труда, разработка мероприятий, связанные с предложением способов переподготовки безработного населения, социальной поддержкой безработных, содействием в создании

дополнительных рабочих мест. Однако, фактически ситуация с безработными может выглядеть более устрашающей: как показывает практика, безработных в России, на самом деле, значительно больше, чем количество людей, которые регистрируются на бирже.

При рассмотрении рынка труда должно внимание необходимо уделить анализу заработной платы, ведь она является одной из причин ухудшения или улучшения ситуации на рынке труда. Для этого построим график для большей наглядности. За 3 года заработная плата в Краснодаре возросла: в 2018 году по сравнению с 2017 годом на 6,82 %, а в 2019 году наблюдался резкий скачок, который выразился в 21,06 % (рис. 1).

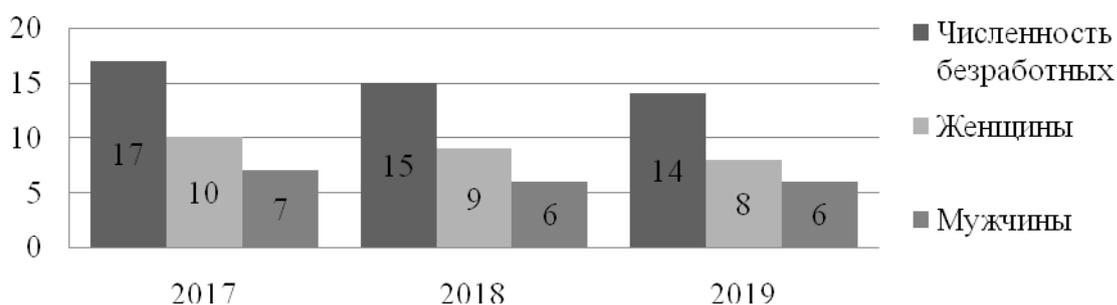


Рис. 1. Динамика численности безработных граждан в Краснодаре за 2017-2019 годы (тысяч человек)

По фонду оплаты труда прогнозное значение выполнено на 113,5 %, темп роста относительно уровня 2018 года составил 112,8 % при прогнозируемом темпе роста – 103,5 %. На перевыполнение прогнозных значений отразилось повышение заработной платы работников бюджетной сферы. Номинальный размер заработной платы в 2019 году сложился выше прогнозируемого и составил 33610 тысячи рублей, фактический темп роста относительно уровня 2018 года – 110,8 %. Не последнюю роль сыграла и экономика города, которая становится лидирующей в Краснодарском крае (рис. 2).

По уровню среднемесячной заработной платы город Краснодар уступает среднему показателю по России в целом, но превышает сложившую среднюю заработную плату в ЮФО и в Краснодарском крае.

Если коснуться актуальных профессий в 2010-2020 годах, то это ряд новых, таких как: IT-специалисты, фрилансеры в разных областях, робототехники, HR-специалисты. Такие профессии стали популярными относительно недавно, в первую очередь, в связи с перетеканием специалистов из оффлайна в онлайн.

Если сравнивать один из важнейших показателей России – средней заработной платы с другими странами мира, то здесь наблюдается серьезное ухудшение ситуации. Россия в 2015 году впервые за весь постсоветский период оказалась на 3 месте, после Азербайджана и Казахстана, практически разделив его с недавним аутсайдером по уровню доходов граждан – Грузией.

На сегодняшний день основными проблемами в сфере рынка труда остаются: нехватка рабочих и специалистов с техническим образованием, недостаточный уровень квалификации у большинства работников из-за неспособности адаптироваться к изменяющимся условиям рынка труда, острая нехватка медицинского персонала и дискриминация по опыту работы и возрастному признаку, а также массовый переход людей из бюджетной сферы в сферу работы «на себя».

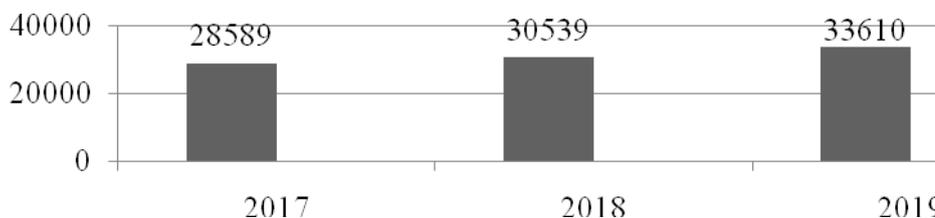


Рис. 2. Динамика реальной заработной платы города Краснодар за 2017-2019 гг.

Вывод. Таким образом, несмотря на то, что реальная среднемесячная заработная плата по Российской Федерации составила 39640 рублей, реальные доходы населения по оценке Краснодарстата уступают значению заработной платы. На отрицательную динамику в прошлом году повлияли общие факторы: снижение доходов от собственности, вкладов, рост налогов на имущество за счет увеличения налогооблагаемой базы, рост коммунальных платежей, а также отказ от индексации пенсий работающим пенсионерам. В 2019 и в 2020 году аналитики, в первую очередь, отмечают несбалансированность занятости населения, отсутствие структуры распределения трудовых ресурсов. В результате проведенного анализа необходимо сказать, что требуется разработка и реализация комплекса мер по обеспечению рационального использования трудовых ресурсов, эффективному социальному обеспечению, улучшению качества жизни граждан.

Список литературы

1. Воробьева Ю.П. Социально-экономическое развитие региона: особенности и факторы государственного регулирования / Ю.П. Воробьева // Гуманитарные научные исследования. – 2017. – № 9. – С.43-47
2. Глазырин М.В. Управление социально-экономическим развитием города: монография. – Новосибирск: Наука. Сибирское отделение. – 1983. – 194 с.
3. Глебова И.С. Социально-экономическое развитие городов-миллионников России. Проблемы стратегического управления: монография / Р.Р. Хабибрахманова // Журнал «Lambert Academic Publishing». – 2012. – 204 с.
4. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2018: стат. сб. – М: Росстат, 2019. – 433 с.

Национальная и региональная экономика

УДК 338.439.02

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ¹

Антamoшкина Е.Н., канд. экон. наук, доц.
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный аграрный университет»,
г. Волгоград, РФ
antamoshkina@mail.ru

Введение. Обеспечение продовольственной безопасности страны является неотъемлемой частью национальной безопасности, которая гарантирует регулярный, устойчивый доступ населения к качественным и безопасным для потребителя продуктам питания. Продовольствие служит базовым показателем жизнедеятельности человека, при его недостаточном количестве, отсутствии или низком качестве неизбежно наступают негативные последствия, поскольку полноценное и сбалансированное питание во многом определяет здоровье и продолжительность жизни населения.

Основная часть. Теория устойчивого развития позволяет рассматривать различные виды экономических моделей устойчивости. Применительно к анализу устойчивости продовольственной безопасности целесообразно использование многофакторной, динамической модели оценки устойчивости, позволяющей учесть влияние систематизированных групп факторов формирующих продовольственную безопасность в сфере производства, распределения и потребления продовольственной продукции. Моделирование оценки устойчивости продовольственной безопасности на основе факторного анализа позволит выявить новые универсальные закономерности в системе обеспечения продовольственной безопасности государства и установить зависимость между факторами, определяющими продовольственную безопасность в сфере производства, распределения и потребления продовольственной продукции. Кроме того, в современных условиях целесообразно учитывать также влияние на продовольственную безопасность фактора импортозамещения [1].

Импортозамещение стало особенно важным для развития сельского хозяйства после того, как в 2014 году Россия, в ответ на санкции, введенные европейскими странами и США, запретила импорт европейских

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках проекта № 19-07-01132 «Создание интеллектуальной системы для оценки и прогнозирования продовольственной безопасности в условиях импортозамещения на основе нечеткого когнитивного подхода».

и американских продуктов питания на российский рынок. Среди импортируемых продовольственных товаров на территорию Российской Федерации наибольший удельный вес приходится на различные виды молочной и мясной продукции, в том числе консервированной, растительные и животные масла. Доля импортируемой продовольственной продукции в общем объеме соответствующих категорий товарных ресурсов в Российской Федерации по состоянию на 2018 год составила по говядине (40,7 %), сухому молоку и сливкам (37,4 %), растительным маслам (18,1 %), сырам (29 %). Необходимо отметить, что в сравнении с показателями 2013 года доля импорта говядины снизилась на 11,7 %, сыров на 19 %, сухого молока и сливок на 23,1 % (табл. 1).

Таблица 1

Доля импорта отдельных товаров в их товарных ресурсах, %

Наименование продуктов питания	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Говядина, включая субпродукты	57,3	48,1	40,0	40,9	40,7
Свинина, включая субпродукты	16,6	12,5	9,6	9,6	2,2
Мясо птицы, включая субпродукты	10,0	5,5	5,0	4,4	4,3
Сыры	37,3	23,3	28,2	27,3	29,0
Масла растительные	14,4	17,4	16,7	14,7	18,1
Сухие молоко и сливки	49,4	56,4	59,1	52,6	37,4
Сахар	7,4	6,2	5,5	3,9	5,1

Примечание. Составлено автором [2].

В целом доля импортных продовольственных товаров в товарных ресурсах розничной торговли продовольственными товарами в 2018 году составила 24 %, в 2019 году – 25 % соответственно. Реализация политики импортозамещения в России способствовала росту производства импортозамещаемых продуктов питания, что отразилось на снижении доли импортируемых продуктов на российский продовольственный рынок. Если на протяжении 2005–2014 годов доля импортных продовольственных товаров составляла в среднем 33–36 %, то, начиная с 2015 года, наблюдается постепенное снижение доли импорта продовольствия.

Лидерами среди государств, импортирующих продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье в Российскую Федерацию, традиционно являются страны ЕС, Китай, Турция, Бразилия, Аргентина, Чили, Эквадор, в числе стран-участниц СНГ – Беларусь. Так по состоянию на декабрь 2019 года на долю стран ЕС приходилось 24,6 % в структуре импортируемой продовольственной продукции, на долю Беларуси – 14,1 %, Китая – 5,8 %, Турции – 4,4 %, Эквадора – 4,3 %.

Объемы производства основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации в 2018 году возросли, так мяса говядины и телятины охлажденной было получено больше на 10,7 %,

свинины на 11 %, рыбы на 11,8 %, фруктов и ягод на 6,41, при этом объем производства овощной продукции снизился на 11,03 % по итогам года (табл. 2).

Таблица 2

Производство основных видов импортозамещающих пищевых продуктов в Российской Федерации, тыс. тонн

Наименование продуктов питания	2017	2018	Величина изменения	
			абсолютная, тыс. тонн	относительная, %
Мясо (говядина и телятина) охлажденное, в том числе для детского питания	205	227	22	110,73
Свинина охлажденная, в том числе для детского питания	2171	2410	239	111
Мясо птицы	4839	4877	38	100,78
Изделия колбасные, включая изделия колбасные для детского питания	2259	2282	23	101
Рыба, включая филе, копченая	58,4	65,3	6,9	111,81
Ракообразные мороженые	69,9	82,4	12,5	117,88
Овощи (кроме картофеля) и грибы замороженные	62,6	55,7	6,9	88,97
Фрукты, ягоды и орехи, свежие или замороженные	15,6	16,6	1	106,41
Молоко	5390	5466	76	101,41
Сыры	464	467	3	100,64

Примечание. Составлено автором по [2].

Заключение. Научная значимость оценки устойчивости продовольственной безопасности состоит в развитии методологии анализа продовольственной безопасности с учетом целевых приоритетов концепции устойчивого социально-экономического развития России. Практическая значимость заключается в возможности формирования рейтинга регионов России по типам устойчивости, который позволит при разработке стратегии повышения уровня устойчивости продовольственной безопасности, предложить адекватные меры в регионах, имеющих низкий или минимально допустимый уровень устойчивости.

Список литературы

1. Тимофеева Г.В. Продовольственная безопасность в системе экономической безопасности региона / Г.В. Тимофеева, О.В. Иванов, Е.Н. Антамошкина, В.А. Гуржиев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2016. – Т. 1. – № 11. – С. 26-32. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27541742> (дата обращения 18.09.2020).
2. Показатели, характеризующие импортозамещение в России. – URL: <https://www.gks.ru/folder/11188> (дата обращения 18.09.2020).

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИИ

Баранов Д.Н.

ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
Gex561@yandex.ru

Введение. Арктика является одним из ключевых регионов обеспечивающих функционирование экономической системы Российской Федерации. Именно в арктическом регионе сосредоточены основные запасы нефтегазового комплекса и сконцентрирована инфраструктура их добычи. Таким образом, активное хозяйствование в арктическом регионе с учетом потенциала организации международного сотрудничества обеспечивает Российской Федерации существенную долю развития национальной экономики.

Однако, важной проблемой в современных условиях является отсутствие российских современных технических средств и технологий для поиска, разведки и освоения морских месторождений углеводородов в арктических условиях, что создает необходимость организации международного сотрудничества с компаниями промышленно развитых стран.

Проведение санкционной политики последних способствовало остановке процесса реализации ключевых проектов по разработке шельфовых месторождений на территории арктического региона Российской Федерации. Однако, положительным результатом реализации международного сотрудничества в арктическом регионе является реализация проектов по разработке, добыче и сжижению газа Ямал СПГ и Арктик СПГ, которые стали действовать в полную мощность и эксплуатируются в современных условиях. Успех реализации этих проектов был во многом обусловлен тем, что основными партнерами в процессе реализации этих проектов выступили компании из Франции, которая подвержена меньшему политическому влиянию со стороны США и стран Азии – Китая и Японии, которые не смотря на риск санкционного давления, увидели в этих проектах безусловную экономическую выгоду от их реализации.

Основная часть. Введение санкций со стороны промышленно развитых стран по отношению к экономике Российской Федерации способствовало тому, что компании этих стран, в конечном итоге, вышли из проектов по разработке шельфовых месторождений в Северном Ледовитом Океане. Результатом явилась приостановка реализации этих проектов со стороны компании ПАО НК «Роснефть». Однако, успешный опыт реализации проектов по разработке и организации добычи месторождений газа, а также строительству инфраструктуры по сжижению

газа – Ямал СПГ и Арктик СПГ, в которых в структуре участников, помимо французской Total, были компании из Японии и Китая, показывает, что компании из развивающихся стран, либо стран, не подпадающих под политическое влияние США, являются более надежными.

С целью преодоления санкционных ограничений в энергетическом комплексе важным является разработка комплекса мероприятий по ее преодолению. Институциональный алгоритм мероприятий по развитию энергетического комплекса арктического региона Российской Федерации представлен на рисунке 1.



Рис.1. Институциональный алгоритм мероприятий по развитию энергетического комплекса арктического региона Российской Федерации¹

Данные рисунка 1 показывают, что ключевыми мероприятиями по развитию энергетического комплекса арктического региона Российской Федерации является диверсификация привлечения потенциальных участников, с целью преодоления санкционных ограничений в пользу компаний из развивающихся стран, а также введение регуляторных преференций для проектов по разработке шельфовых месторождений нефти и газа. Привлечение компаний из развивающихся стран должно обеспечить приток в шельфовые проекты Арктики инвестиций и технологий, что должно привести, помимо развития шельфовых месторождений, к диффузии технологий в отрасли и организации

¹ Источник: авторская разработка

отечественных производств, в рамках политики импортозамещения. Другой важной мерой является комплекс мероприятий по установлению преференций для участников проектов по разработке шельфовых месторождений в соответствии с выданными лицензиями на разработку, что повысит их инвестиционную привлекательность.

Заключение. Исходя из вышеизложенного видно, что для развития энергетического комплекса арктического региона Российской Федерации, в условиях санкционной войны необходим комплекс мероприятий, который существенно снизит, либо нивелирует эти ограничения и приведет к устойчивому развитию отрасли. В данной статье был предложен авторский алгоритм мероприятий по развитию энергетического комплекса арктического региона Российской Федерации, который заключается в переориентации привлечения компаний к разработке месторождений углеводородов в пользу компаний из развивающихся стран. Данная мера должна снизить риск присоединения компаний к санкционному режиму и способствовать привлечению технологий в отрасль. Для увеличения инвестиционной привлекательности энергетического сектора арктической зоны, важным является введением преференциального режима осуществления хозяйственной деятельности для компаний энергетического комплекса. Была предложена градация энергетических проектов в Арктике и разработаны селективные преференциальные меры.

Список литературы

1. Кутузова М. Арктический вопрос / М. Кутузова, О. Матвеева // Коммерсант. – 20.12.2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4196997>.
2. Современные проблемы и перспективы развития арктического газопромышленного комплекса / под. науч. ред. д.э.н. Козьменко С.Ю., д.э.н. Селина В.С. – Апатиты: изд. Кольского научного центра РАН, 2017. – 228 с.
3. Фадеев А.М. Международное сотрудничество в освоении Арктики / А.М. Фадеев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo-v-osvoenii-arktiki>.
4. Фадеев А.М. Совершенствование экономических подходов к управлению освоением морских углеводородных месторождений Арктики / А.М. Фадеев. – Апатиты: Изд. Кольского научного центра РАН, 2012.
5. Чумаков Д.С. Основные векторы международного сотрудничества в Арктике / Д.С. Чумаков // Вестник Московского университета. Сер. 25. Международные отношения и мировая политика. – 2011. – № 2. – С. 41–61.
6. Экономическая безопасность российской арктики: особенности и проблемы обеспечения / под науч. ред. В.С. Селина, Т.П. Скуфьиной, Е.П. Башмаковой, М.В. Ульченко – Апатиты: изд. КНЦ РАН, 2018. – 103 с.

МОЛОДЕЖНАЯ БЕЗРАБОТИЦА КАК ОДНА ИЗ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Батракова Л.Г., д-р экон. наук, проф.

ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского», г. Ярославль, РФ
batrakova_L@rambler.ru

Введение. Для инновационного развития экономики трудовые ресурсы являются наиболее значимыми. Особая роль отведена рынку труда молодежи. Актуальность исследования молодежной безработицы обусловлена недостаточной степенью изученности данной проблемы, в то время как в стране среди молодежи растет регистрируемая и скрытая безработица, а также увеличивается ее продолжительность.

Вопросы трудоустройства молодежи необходимо решать через призму безработицы, для чего необходимо понимать, какие причины заставляют молодых людей находиться в статусе безработных.

Основная часть. На неопределенность термина «молодежь» указывают многие специалисты. В толковом словаре В. Даля (середина XIX в.) «молодежь» трактуется как «молодые люди обоего пола», в Большой советской энциклопедии (1969 г.) она определена как социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств.

Границы возраста молодежи тоже многовариантны. Под возрастными границами молодежи в России принято считать интервал от 15 до 29 лет (возрастная классификация ООН – 14-25 лет). Эти границы используются в Конституции Российской Федерации, формах сбора статистической информации, в выборках социологических исследованиях молодежи и др.

По данным Росстата численность постоянного населения в возрасте 25 – 29 лет на 1 января 2019 года составила 10 222 039 человек [4]. Многие из этого числа являются безработными.

Безработица – это недоиспользование трудового потенциала общества (подробнее в разделе «Трудовые ресурсы» учебника Л.Г. Батраковой [2]). Безработица среди молодежи является одной из главных проблем современной экономики, которая угрожает экономической и демографической безопасности страны. Молодежная безработица – это такое социально-экономическое явление, при котором молодежь не может реализовать свое право на труд, находясь в поиске работы [3, с. 3-12].

Из-за специфических свойств товара молодежный рынок труда не является саморегулируемым. К особым характеристикам рабочей силы молодежи по сравнению с другими социально-демографическими группами

можно отнести: большой внутренний потенциал, высокий уровень активности, стремление к непрерывному профессиональному обучению, самоопределению и самореализации.

Выделим особенности рынка труда молодежи: отсутствие профессионального опыта и практических навыков работы; недостаточный уровень профессионального образования; ограниченность территориальной мобильности; отсутствие мотивации к труду, низкая конкурентоспособность.

Молодые люди сталкиваются с различными вызовами при выходе на рынок труда. Работодатели отказывают в трудоустройстве молодым людям, не имеющим опыта работы по специальности. В связи с распространением коронавируса на рынке труда спрос на молодых специалистов снизился. В феврале 2020 года на молодежном рынке труда случился обвал: вакансии сократились на 42 процента к февралю прошлого года. В декабре 2019 года уровень безработицы среди людей в возрасте 20–24 года составил 15,1 %, а среди подростков 15–19 лет – 22,1 %. В I квартале 2020 года ежедневно в среднем было более 37 тысяч вакансий начального уровня, а число резюме превышало 468 тысяч. Средний конкурс составил 13 человек на одну вакантную должность [6, с. 12].

Проблемой для трудоустройства молодежи является структурная безработица, которая возникает в результате рассогласованности рынков образовательных услуг и труда. Молодые люди, получившие образование, остаются невостребованными [5, с. 138-144]. В избыточном предложении бухгалтера, юристы, экономисты и др., а в недостатке – квалифицированные специалисты по программным продуктам, по управлению сложными информационными системами и др.

Структура безработных среди молодежи показана в таблице 1.

Очевидно, что повышение конкурентоспособности молодежи связано с формированием эффективного взаимодействия субъектов образования и рынка труда. Уровень образования становится главным фактором востребованности рабочей силы.

Проблема взаимодействия образования и занятости молодежи уже долгое время остается актуальной. В виду ее важности президиумом РАО включена тема «Профессиональное образование и занятость молодежи в России и за рубежом».

Взаимодействие образования и занятости молодежи можно определить двумя направлениями:

- на что может претендовать на рынке труда,
- на что ориентирована в сфере занятости.

Эти проблемы связаны с требованиями квалификации работника, которые нормированы Федеральным законом «О независимой оценке квалификации» [1]. Для этих целей разработаны 934 профстандарта, которые можно рассматривать как эталон требований, предъявляемых к выпускнику. В статье 4 Закона указано, что независимая оценка

квалификации проводится в форме профессионального экзамена центром оценки квалификаций в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Таблица 1

Структура безработных среди молодежи [4] (в процентах)

	в том числе в возрасте, лет		
	15–19	20–24	25–29
Безработные – всего			
2005	9,5	18,3	13,6
2010	5,9	20,8	15,0
2015	4,7	19,8	16,1
2016	4,2	19,1	16,5
Мужчины			
2005	8,6	18,7	13,8
2010	5,9	20,9	15,0
2015	4,6	19,9	16,0
2016	4,5	19,4	15,8
Женщины			
2005	10,5	18,0	13,3
2010	5,9	20,5	15,0
2015	4,7	19,6	16,3
2016	3,9	18,7	17,4

Заключение. В заключении отметим, что способы решения проблемы безработицы молодежи можно найти, необходимо подходить к этой проблеме с учетом изменений на рынке труда и существующего положения экономики страны.

Список литературы

1. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 238-ФЗ «О независимой оценке квалификации» Электронный ресурс: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200485/ (дата обращения 1.10.2020).
2. Батракова Л.Г. Социально-экономическая статистика: учебник / Л. Г. Батракова. – М.: Логос, 2013. – 480 с.
3. Батракова Л.Г. Молодежная безработица как одна из проблем современной мировой экономики / Л.Г. Батракова, Е.А. Медведева // Материалы X межвузовской научно-практической конференции «Экономический потенциал студенчества в региональной экономике» – 2016. – С. 3-12.
4. Официальный сайт ФСГС Электронный ресурс // URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 01.10.2020).
5. Трудоустройство выпускников высших учебных заведений Ярославской области / П.А. Смирнова, Г.Н. Краснова // Материалы VIII межвузовской научно-практической конференции «Экономический потенциал студенчества в региональной экономике». – 2014. – С. 138-144.
6. Трушин А. Безработный возраст // Журнал «Огонек». – 2020. – № 21. – С. 12.

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ВО ВРЕМЯ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Беляев А.В., канд. экон. наук, доц.,

Никитина И.А., Завадская В.О.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,

г. Тамбов, РФ,

bel-al2008@yandex.ru

Введение. Человечеству не впервой приспосабливаться и адаптироваться к изменениям, и сегодня на повестке дня вопрос о том, каким должен быть контроль качества и организация обслуживания клиентов во время эпидемиологической ситуации. В условиях опасной эпидемиологической ситуации все больше людей ограничивают общение с близкими, воздерживаются от посещения общественных мест во избежание лишних контактов [3]. Помимо того, что вирус распространяется огромными темпами и ведет к гибели людей, он также воздействует на мировую экономику, наносит ущерб рынкам и компаниям, которые несут убытки. Рост стоимости валют усугубляет ситуацию.

Основная часть. Большинство работников ресторанов пока не вполне понимают, какое влияние Covid-19 оказывает на их компании. Дело в том, что влияние пандемии на различные подразделения организации неодинаково и сильно зависит от их функциональности. Так, финансисты пытаются найти решение острых проблем управления денежными потоками, отдел кадров стоит перед жестоким выбором между увольнениями и принудительными отпусками, отдел продаж пытается убедить клиентов продолжать покупать по-прежнему, даже когда у тех кончаются деньги, а ИТ прилагает максимум усилий, чтобы обеспечить эффективную работу сотрудников [4]. Но чаще всего в самое тяжелое положение попадают подразделения, отвечающие за обслуживание клиентов.

Стандарт качества обслуживания клиентов – это свод правил обращения с клиентом. Эти правила должны гарантировать, что взаимодействие с клиентом будет обеспечиваться на высшем уровне, запросы будут обрабатываться своевременно, каждому клиенту будет гарантирована реакция на его запрос, а также удобство обслуживания [1]. С введением карантинных мер наиболее тяжело пришлось небольшим заведениям, у которых не были налажены каналы доставки. В конце марта одновременно с нарастающей угрозой распространения новой формы коронавируса в стране власти распространили первые меры предосторожности для ресторанов и кафе: рассадка всех людей на удалении друг от друга, наличие антисептиков, рекомендации не посещать общественных мест людьми старшего поколения. Первые превентивные

меры министерство промышленности и торговли РФ распространило среди предприятий общественного питания 17 марта. В это время в стране было зафиксировано 114 случаев заражения коронавирусом новой формы. С 18 марта большая часть предприятий общественного питания перешла на режим работы навынос. Уже в марте обороты в ресторанном бизнесе резко упали. По опыту других государств введением первых ограничительных мер стало понятно, что ситуация будет усложняться.

Предприятия стали принимать меры для перехода на дистанционные режимы работы: запустили доставку или развили существующий сервис, усовершенствовали или разработали онлайн-платформы для заказа продукции, предложили забирать заказ бесконтактным способом непосредственно в заведении или оформлять доставку. Ценовая политика стала более гибкая, предусмотрены скидки, например, когда клиент готов сам забрать заказ. Следующие меры приняли в период пандемии: доставка; расширение меню на вынос; услуга takeaway – забрать продукцию в ресторане бесконтактным способом.

Несмотря на принятые меры, резко снизилась покупательная способность населения, а также вырос уровень недоверия к производимой продукции. Заведениям, имеющим репутацию у клиентов, необходимо активно развивать все каналы коммуникации в интернет, в этом помогают специализированные маркетинговые агентства. Рекомендации учитывают эпидемиологическую обстановку: сейчас особенно ответственный период, когда предприятия в регионах возвращаются к работе, но вирусная опасность еще сохраняется. На первый план выходит забота о здоровье граждан. В сфере общепита это особенно важно, поскольку работодателям надо заботиться не только о персонале, а и о клиентах.

В основе работа с персоналом кафе и ресторанов во время коронавируса – контроль здоровья и профилактика заражений. Вот что для этого делают рестораны при новой организации обслуживания клиентов во время эпидемиологической ситуации:

1. Измеряют температуру тела сотрудников перед каждой сменой. Используют бесконтактный прибор, если термометр контактный, его надо дезинфицировать после каждого замера. Тех, у кого выявлен жар или обнаружены респираторные симптомы, отстраняют от работы.

2. Выдают работникам средства индивидуальной защиты. Во-первых, это маски: одноразовые или многоразовые со сменными фильтрами.

Их надо носить при взаимодействии с посетителями и менять не реже, чем раз в 3 часа. Если маска стала влажной — менять немедленно. Использованные маски выбрасывать только в герметичной упаковке из двух полиэтиленовых пакетов. Во-вторых, салфетки или составы для дезинфекции рук. Ими надо пользоваться регулярно, особенно – после завершения обслуживания клиента или перед входом в заведение. Минимальный запас таких СИЗ – на 5 дней.

Мало выдать персоналу маски и дезинфекторы – надо еще и контролировать их использование. За это отвечает именно специалист по охране труда. К сожалению, поток клиентов в кафе и ресторанах из-за коронавируса сокращен. Это нужно для уменьшения социальных контактов. Расстояние между столами было увеличено, все приборы и бокалы со столов убраны, а сервировка производится по необходимости. Все поверхности мебели протираются антибактериальным средством. В туалетных комнатах и на всех входах установлены антисептики для гостей.

Положен запрет на вход в заведение тем, кто не связан с его деятельностью. Исключение составляют работники, связанные с технологическими процессами (ремонт, обслуживании техники и т.д.). Всем предпринимателям общепита рекомендуется проводить перед открытием генеральную уборку помещений с применением дезинфицирующих средств. В помещении проводится уборка с дезинфицирующими средствами и проветривание каждые 2 часа. Технологии мытья посуды под высокой температурой гарантируют уничтожение микроорганизмов. Высокий уровень качества обслуживания клиентов выступает не только конкурентным преимуществом предприятия, но и в значительной мере оказывает влияние на формирование лояльного отношения клиентов, смещает акцент с вопроса стоимости на вопрос удовлетворения обслуживанием [2].

Заключение. Рынок общественного питания последние годы демонстрировал стремительные темпы роста, опережая по динамике торговлю продуктами питания. Кризис значительно сказался на работе организаций, практически не оставляя шансов выжить маленьким несетевым ресторанам, кофейням, барам. Тем организации, которые еще до пандемии уделяли внимание позиционированию в социальных сетях и развивали рынок удаленной торговли, проще перейти на новые условия работы, но и они терпят значительные убытки.

Список литературы

1. Велединский В.Г. Сервисная деятельность (для бакалавров) / В.Г. Велединский. – М.: КноРус, 2015. – 432 с.
2. Калачев С.Л. Сервисная деятельность: учебник / Ж.А. Романович, С.Л. Калачев; под общ.ред. проф., д.э.н. Ж.А. Романович. – М.: Дашков и К, 2013. – 284 с.
3. Рубцова, Н.В. Сервисная деятельность: учебник / Н.В. Рубцова. – М.: Академия, 2018. – 320 с.

О РАБОТЕ ГЛАВЫ МУНИЦИПАЛИТЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Выжимова Н.Г., канд. пед. наук, доц.,

Кузьмин А.В., канд. ист. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, РФ

natalia_w@list.ru, kuzav2008@rambler.ru

Введение. На сегодняшний день в условиях, когда экономика России находится в нестабильном состоянии ввиду как внутренних, так и внешних причин, возрастает потребность в наиболее качественном управлении социально-экономическим развитием территории. Социально-экономическое развитие всей страны и, в частности, ее отдельно взятых территорий, прежде всего зависит от рационального учета потребностей и интересов населения. В этой связи, особую роль в процессе социально-экономического развития играет работа органов местного самоуправления. Необходима организация планомерной работы над улучшением социально-экономического развития муниципального образования в тандеме с органами государственной власти.

От того, насколько точно будут реализовываться принципы каждого вида деятельности в социально-экономической сфере муниципалитета, напрямую зависит благосостояние населения, в виду чего нельзя пренебрегать проблемами, возникающие при выполнении той или иной задачи. Специфика муниципальной службы состоит в том, что она носит публичный характер, является с одной стороны, комплексом социальных связей между государством и его гражданами, а с другой, связующим звеном между управляющей и управляемой системами социума. Основой муниципального управления является человек – муниципальный служащий.

Основная часть. Актуальность исследуемой проблемы, на наш взгляд, объясняется следующими соображениями. Муниципальная служба представляет собой один из видов социальной деятельности людей, особенность которого состоит не в производстве каких-либо материальных ценностей, а в помощи государству реализовывать собственные функции и задачи. Возможности местного самоуправления могут реализовываться в работе представительных и исполнительных органов власти. Деятельность главы муниципального образования в этой связи является важным фактором успешности осуществления властных полномочий. Глава в реализации собственных полномочий концентрирует в ходе своей деятельности основные направления социально-экономического развития территории. При решении совместных задач глава муниципалитета

обеспечивает необходимое взаимодействие органов местного самоуправления с органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации, общественными объединениями и иными организациями.

Особая важность положения главы муниципалитета видится не только в координации всех направлений социально-экономического развития муниципального образования, но и в личной ответственности чиновника за происходящее в муниципалитете. Нельзя преуменьшить роль организующего и направляющего воздействия лица, находящегося на этой должности. С другой стороны, деятельность главы напрямую связана с деятельностью подведомственных ему учреждений, и от эффективности деятельности главы муниципального образования зависит эффективность деятельности всей администрации и ее комитетов. Применение системного анализа к исследованию деятельности главы муниципального образования обусловлено необходимостью изучения ее в комплексе, рассматривая совокупность функций, реализуемых в разных направлениях социально-экономического развития муниципалитета. В практической плоскости реализуемых полномочий необходим анализ правового регулирования деятельности главы города Тамбова.

С позиций системного подхода муниципальное образование представляет собой своеобразную систему, подсистемами которой выступают различные направления социально-экономического развития территории. Механизмом координации, организации взаимодействия подсистем, управления их развитием и выступает местная администрация. Рассматривая деятельность главы города Тамбова, следует отметить, что чиновник на этой должности аккумулирует в своей деятельности контроль и координацию за развитием практически всех направлений социально-экономической жизни муниципалитета. Уровень развития муниципального образования в определенной мере, таким образом, зависит от качества работы его главы.

Заключение. Так, необходимо отметить, что развитие транспортной системы достигло в г. Тамбове достаточно высокого уровня, хотя основное большинство перевозчиков представлено частными коммерческими организациями и индивидуальными предпринимателями. Глава города Тамбова активно курирует описанные муниципальные программы развития. Как видно из проведенного анализа, не все из них являются рентабельными. Присутствует достаточно большой процент относительно рентабельных программ, для которых необходимо разрабатывать дополнительные пути их реализации, корректировать исполнение.

Список литературы

1. Мещеряков С.А. Формирование кадровой политики в органах исполнительной власти субъекта федерации / С.А. Мещеряков. – Автореф. Дисс. – Иркутск, 2003.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ КРАСНОДАРСКОЙ ГОРОДСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Гетманцев К.В., канд. экон. наук, доц.,

Зайцева Е.А.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар, РФ

zaytseva.elizaveta.00@mail.ru

Введение. Современная логика социально-экономического развития РФ в наибольшей степени опирается на формат синергетического роста вокруг зон ускоренного развития. Ключевую роль в данном процессе отводят агломерациям. Целью данного исследования является анализ проблем и определение ключевых направлений развития Краснодарской городской агломерации.

Основная часть. О создании Краснодарской агломерации официально объявили чуть больше года назад. Идея создания агломерации входит в стратегию по развитию Кубани до 2030 года и предполагает разработку новой стратегии краевой столицы, которая к настоящему моменту практически завершена. По мысли разработчиков, Краснодар станет комфортным для жизни городом, центром южного полюса роста за счет развития инновационной промышленности, креативных индустрий, событийного туризма.

Видение города разработчиками стратегии разбито на три ключевых подблока: экономика, городская среда и человеческий капитал, социальная сфера [1]. В рамках данного исследования остановимся на изучении третьего направления.

Социальная сфера города представляет собой наиболее управляемый с позиции местной администрации объект и во многом формируется под влиянием и в результате деятельности последней. В то же время, качество развития коммунальной и социальной инфраструктуры, озеленение и эффективно организованные транспортные потоки формируют облик города, качество жизни в нем, что в конечном итоге напрямую определяет его привлекательность в глазах населения.

Между тем, определенные направления развития неизменно являются для города Краснодара уязвимыми и сходятся во многом в несоответствии темпов развития города и его инфраструктуры. Данная проблема истоками лежит в методах, инструментах, а также целях и задачах управления пространственным развитием Краснодарской агломерации в целом [2].

Неизменно острыми для города Краснодара остаются вопросы эффективности работы коммунальной инфраструктуры; загруженность дорог; высокая маятниковая миграция; отсутствие планомерной застройки,

сопровождаемой всеми необходимыми инженерными коммуникациями и т.д. Приведенные положения связаны, в первую очередь, с интенсивностью формирования Краснодарской агломерации. При этом Стратегия развития муниципального образования город Краснодар до 2020 года, утвержденная в 2007 году, рассматривала возможность увеличения численности населения до миллиона человек, это даже был целевой прогноз. В данной стратегии были проработаны такие направления совершенствования городской среды, как развитие сети учреждений здравоохранения, образовательных учреждений, а также комплексное развитие дорожной сети и транспортного вопроса.

В течение более чем десятилетия лет город шел к цели в миллион человек, но при этом, за эти годы не была выработана необходимая реакция на столь существенный рост населения, не была проведена необходимая подготовка. Деятельность местной администрации носит реактивный характер. Только сейчас строятся микрорайоны, которые учитывают наличие школ, детских садов и других учреждений. Также только в 2019 году была разработана Программа комплексного развития транспортной инфраструктуры. Она предусматривает развитие транспортной инфраструктуры, общественного транспорта, изменения в организации дорожного движения. Программу, поэтапно рассчитанную до 2034 года, разработала и представила Высшая школа экономики. Подобная ситуация ярко иллюстрирует необходимость грамотного стратегического планирования территориального развития.

Заключение. На сегодняшний день перед агломерацией стоит ряд задач развития. Прежде всего, это решение административных вопросов управления агломерацией в целом, необходимо обеспечить пространственное развитие города Краснодара в общем «агломерационном» русле. Видится необходимым приведение в соответствие всех документов стратегического развития территории, включая Градостроительный план и Стратегию. Важно определить для всей агломерации приоритеты развития, и, исходя из них, актуализировать градостроительную политику территории.

Список литературы

1. Зайцева Е. А. Агломерационные процессы в Краснодарском крае в логике актуальной стратегии региона / Е. А. Зайцева // Экономика, Менеджмент, Право, Образование (EMLE 2019): матер. V Междун. научн.-практ. конф. (Горячий Ключ, 11-12 октября 2019 г.). – Краснодар: КубГУ, 2019. – С. 62-67.
2. Зайцева Е. А. Агломерация как центр регионального социально-экономического развития / Е. А. Зайцева, К. В. Гетманцев // Проблемы и перспективы социально-экономического развития регионов Юга России: матер. научн.-практ. конф (Майкоп, 20 ноября 2019 г.). – Майкоп: ООО «Электронные издательские технологии», 2020. – С. 78-84.

ПОИСК ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА С УЧЕТОМ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ

Дубель В.М., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» г. Донецк, ДНР
v.dubel@donnu.ru

Введение. Целью существования любой территориальной социально-экономической системы является реализация своих конкурентных преимуществ. Другими словами, достижение максимальной эффективности функционирования организации, когда при минимальных затратах можно получить максимальный положительный эффект [1]. Долгое время Донецкий регион достигал значительных результатов хозяйственной деятельности за счет интенсивного использования природно-ресурсного потенциала, значительных затрат трудовых ресурсов, пренебрежения экологическими нормами и правилами существования экосистем. Как следствие этого, основными отраслями хозяйственного комплекса являлись отрасли тяжелой промышленности: металлургия, угольная промышленность, энергетика, тяжелое машиностроение, химическая промышленность. Однако, современное состояние социально-экономического развития Донецкой Народной Республики требует пересмотра стратегии развития региона с учетом новых реалий [2]. Этим и обусловлена актуальность данной темы.

Вопросами поиска оптимальных моделей развития территориальных социально-экономических систем разного ранга занимались такие ученые, как Й. Тюнен, В. Кристаллер, А. Леш, Н. Баранский, Н. Колосовский, С. Дорогунцов, Ф. Перру, Ж. Будвиль и др.

Целью работы является поиск оптимальной модели развития региона с учетом основных тенденций мирового развития.

Основная часть. При разработке стратегии развития любой территории, прежде всего, необходимо определиться с направлением желаемых перемен и имеющимися ресурсами [3]. С точки зрения современных концепций мирового развития можно выделить несколько взаимосвязанных тенденций.

Во-первых, продолжается процесс глобализации мировой экономики, который связан с вовлечением всех стран в мировое географическое разделение труда на основе закрепления за каждой национальной экономикой и каждым регионом определенной специализации. В этой связи очевидно, что акцент на развитие черной металлургии и угольной промышленности в Донецком регионе не может стать основным при планировании развития региона на долгосрочную перспективу. Необходимо найти свою экономическую нишу в мировой

экономике. И в этом плане перспективным видится переход к производству продукции с высокой долей добавленной стоимости, использование преимуществ географического положения, развитие инфраструктуры и социальной сферы. Достаточно вспомнить о том, что во всех высокоразвитых странах в структуре хозяйства преобладает непроемственная сфера.

Во-вторых, традиционно очень остро поднимается проблема приоритетности регионального развития, что зачастую приобретает противоречивый характер. Например, выход Великобритании из состава Европейского Союза, референдум о независимости Каталонии и т.д. Для будущего развития Донецкой Народной Республики необходимо признание мирового сообщества и приобретение прав полноправного участника всех международных отношений. Велико значение процесса расширения направлений межрегионального сотрудничества, увеличения объемов межрегиональной торговли и углубления связей. Прежде всего, это касается Ростовской области, Краснодарского края и других субъектов Российской Федерации. В перспективе – восстановление и расширение экономических связей с соседними регионами Украины.

В-третьих, основной парадигмой развития человечества на ближайшую перспективу является концепция устойчивого эколого-экономического развития. Исходя из этого, приоритетом развития должен стать поиск оптимальной модели развития с учетом сохранения среды обитания для нынешнего и будущих поколений [3]. В этом направлении в Донецком регионе предстоит провести огромную работу, как в направлении реструктуризации промышленного комплекса, утилизации и рекультивации последствий техногенного типа ведения хозяйства, так и экологического воспитания населения.

Еще одной тенденцией развития современного мира можно считать переход всех сфер жизни общества к использованию цифровых технологий [4]. Как известно, диффузия инноваций осуществляется в пространстве по строго определенным законам. В этой связи считается перспективным выделение «полюса роста». Город Донецк имеет все основания стать таковым в данном регионе. Вопрос о концепции развития и взаимодействии «центр-периферия» на данном этапе должен решиться в пользу сосредоточения ресурсов в одном экономическом центре с последующим распределением ресурсов по остальной территории не по степени надобности, а в результате достижения определенных успехов в социально-экономическом развитии. Но для этого необходимо привлечение не только иностранных инвестиций, но и создание политико-правовой базы для развития наукоемких технологий.

Одним из перспективных направлений решения проблемы преодоления политического противостояния и состояния неопределенности в Донецком регионе видится придание региону статуса свободной

экономической зоны. При этом следует учесть положительный и негативный опыт создания подобных территорий приоритетного развития как на постсоветском пространстве, так и в других странах. Создание правовой и экономической базы для развития предпринимательства с относительно свободными входными барьерами и низкими ставками налогообложения будет способствовать притоку иностранного капитала, закреплению политической свободы и экономической самостоятельности.

Исходя из анализа перечисленных тенденций и наличия потенциала Донецкого региона основными стратегическими направлениями развития региона должны стать следующие:

- достижение политической независимости и самостоятельности территории;
- вовлечение территории в процесс глобализации мировой экономики;
- изменение образа Донецкого региона в глазах мирового сообщества;
- закрепление за регионом статуса свободной экономической зоны (территории приоритетного развития);
- привлечение иностранных инвестиций и передовых технологий за счет создания благоприятных условий для ведения бизнеса;
- развитие региональных и межрегиональных связей, прежде всего, с сопредельными территориальными единицами в составе Российской Федерации;
- инновационное развитие Донбасса, изменение промышленной специализации региона;
- превращение Донецка в полюс роста;
- соблюдение принципов устойчивого эколого-экономического развития.

Заключение. Донецкий регион в настоящее время находится в состоянии неопределенности. Будущее региона за поиском и реализацией оптимальной стратегии развития с учетом мирового опыта и современных тенденций развития мирового хозяйства.

Список литературы

1. Лексин В.Н. Региональная политика в контексте угроз и рисков стабильного функционирования государства // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2013. – Т. 6. – №5. – С. 89-98.
2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.1. – 124 с.
3. Дерябина М. К новой организации жизни общества и экономики / М. Дерябина // Вопросы экономики. – 2017. – № 3. – С. 146-158.
4. Рифкин Дж. Третья промышленная революция: как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом / Дж. Рифкин // М.: Альпина нон-фикшн. – 2014. – 410 с.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Дубель В.М., канд. экон. наук, доц., *Шумилова Э.С.*
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
e-shumilova@mail.ua

Введение. Развитие здравоохранения является важнейшей частью социально-экономической политики государства. Здоровье населения определяет количественные и качественные параметры социально-экономического развития, уровень стабильности в обществе, потери рабочего времени и экономических ресурсов. Управление системой здравоохранения представляет собой сложную систему, призванную обеспечить население доступом к качественному медицинскому обслуживанию. [1]. Особенную актуальность данная тема приобретает в связи с распространением вирусной инфекции во всем мире и необходимостью совершенствования системы здравоохранения Донецкой Народной Республики с целью предупреждения тяжелых последствий роста заболеваемости среди населения.

Существование управления здравоохранением вызвано признанием человека и его здоровья наибольшими ценностями, касательно которых определяются другие ценности и блага всего общества. Вследствие чего управление здравоохранением является комплексной задачей государства, в реализации которой принимают участие множество секторов народного хозяйства и структур управления, чем и обусловлена актуальность данной работы.

Особенности организации и управления системой здравоохранения в современных условиях рассматривали в своих работах такие ученые, как Величковский Б.Т., Щепин О.П., Тишук Е.А., Павлова В.В., Долгошапка О.Н. и др.

Целью работы является определение основных направлений развития здравоохранения в ДНР на основании современных тенденций развития отрасли и условий неопределенности.

Основная часть. Задача управления здравоохранением сводится к наиболее действенному достижению цели посредством повышения качества лечебных, диагностических и профилактических мероприятий и оптимальному использованию ресурсов здравоохранения. Вследствие этого государство ставит перед собой задачи, которые направлены на обеспечение охраны здоровья граждан, осуществить которые призвана именно государственная система управления здравоохранением [2].

Основной задачей системы здравоохранения является повышение качества здоровья населения, обеспечение доступной и высококачествен-

ной медицинской помощи. Эффективность функционирования системы здравоохранения на рынке медицинских услуг зависит от выбранной стратегии развития медицинских организаций, квалифицированного персонала, активного поведения руководителей различного уровня [3].

Одним из важнейших вопросов для организаций здравоохранения является кадровое обеспечение медицинских учреждений, новых организационно правовых форм. Приоритетным является высококомпетентность и профессионализм руководителей здравоохранения на различных уровнях.

Развитие рынка медицинских услуг делает необходимым изменение организационных и управленческих решений для учреждений здравоохранения, и требует применение современных технологий управления, которые способны повысить конкурентоспособность медицинских учреждений и их услуг [4].

На данный момент в Донецкой Народной Республике главными направлениями в развитии системы здравоохранения должны стать:

- развитие организационной системы, позволяющей обеспечить оказание качественной бесплатной медицинской помощи всем гражданам Донецкой Народной Республики;

- совершенствование инфраструктуры и ресурсного обеспечения здравоохранения;

- наличие удовлетворительного количества подготовленных медицинских кадров, способных решать задачи, поставленные перед здравоохранением Донецкой Народной Республики.

Указанные направления являются взаимозависимыми и взаимоопределяющими, по причине чего модернизация здравоохранения требует гармоничного развития каждого из них и всей системы в целом.

В разрешении вопроса комплектации врачебными кадрами больниц Республики положительным моментом является наличие на территории ДНР ВУЗа – Донецкий национальный медицинский университет им. М. Горького, 2 медучилищ (Макеевка, Торез) и 2 медицинских колледжей (Донецк, Горловка). В 2019 г. в Донецкий национальный медицинский университет им. М. Горького были зачислены около 1 тысячи студентов. В образовательные учреждения среднего профессионального медицинского образования были зачислены около 700 человек [5].

Исходя из того, что каждое из направлений развития здравоохранения напрямую зависит от наличия финансовых ресурсов, вопрос финансирования здравоохранения в современных условиях является приоритетным. Проблема финансирования здравоохранения ДНР – сложная, но вполне разрешимая проблема. Основными способами разрешения данного вопроса должны стать разработка и реализация основных направлений оптимизации системы здравоохранения Донецкой Народной Республики, среди которых:

- совершенствование законодательной базы;

- всеобщий охват и вовлечение в процесс финансирования здравоохранения всех заинтересованных сторон, включая население;
- ассигнование достаточных финансовых средств на здравоохранение, которые варьируются в зависимости от потребностей Республики;
- исследование всех возможных источников дохода, включая формы косвенного налогообложения (налоги на валютные операции, налоги на продажи табака и алкоголя);
- модернизация оборудования;
- внедрение медицинского страхования;
- стремление к получению наибольшей отдачи от каждого рубля, потраченного на здравоохранение;
- обеспечение доступа к необходимым медицинским учреждениям социально незащищенных категорий населения Республики;
- развитие телемедицины;
- внедрение системы непрерывного медицинского образования;
- развитие научно-практических связей с Российской Федерацией и др. странами, в т.ч. обмен опытом врачей ДНР с российскими коллегами, проведение Международных медицинских форумов;
- развитие медицинского туризма в ДНР.

Заключение. Комплексным направлением развития здравоохранения Донецкой Народной Республики является усовершенствование организационной системы здравоохранения, которая бы позволила обеспечить граждан оказанием качественной и бесплатной медицинской помощью, необходимо иметь и большое количество квалифицированного медицинского персонала, и достаточное финансирование, при котором была бы возможность приобрести качественное оборудование и препараты.

Список литературы

1. Величковский Б.Т. Экономика здравоохранения / Б.Т. Величковский. – Екатеринбург: Вестник Уральской медицинской академической науки, 2001. – 32 с.
2. Щепин О.П. Здоровье населения – основа развития здравоохранения / О.П. Щепин. – Москва: Нац. НИИ общественного здоровья, 2009. – 376 с.
3. Тишук Е.А. Медико-демографические процессы в современной России / Е.А. Тишук. – Москва: Врач, 2016. – 39 с.
4. Павлова В.В. Здравоохранение. Модернизация. Качество. Результат / В.В. Павлова. – Самара: Перо, 2008. – 152 с.
5. Долгошапка О.Н. Доклад об итогах работы Министерства здравоохранения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/doklad-olgi-dolgoshapko-ob-itogah-raboty-ministerstva-zdravoohraneniya/>.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ – ОПЫТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Закотнюк О.Л., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

o.zakatniuk@donnu.ru

Введение. Работа по формированию единого гармонично развивающегося социально-экономического пространства в Российской Федерации является системной и регулярной. В попытках уменьшить разрыв между социально-экономическим неравенством отдельных регионов разработан ряд документов, определяющих концептуальные основы сбалансированного развития государства.

Более десяти лет разрабатываются долгосрочные планы управления российским социально-экономическим пространством. Согласно концепции регионального развития приоритеты и подходы со временем изменяются. Так первоначально основными векторами государственной политики были социальное и инновационное развитие, для достижения которого акцентировалось внимание на целевых программах и межбюджетных отношениях. Прогнозы не были оправданы и в условиях кризиса 2009 г. концепция потребовала нового взгляда на развитие социально-экономического пространства как страны, так и регионов.

Современные результаты концепции развития регионов России оцениваются экспертами двояко: с одной стороны, на лицо совершенствование институциональной основы и ответ в виде развития региональных территориально-производственных комплексов и агломераций, с другой – тенденции, которые усиливают социальное напряжение, дальнейший разрыв социальных страт и экономические диспропорции.

Актуальность исследования и необходимость критического анализа концепции управления и территориального развития российских регионов объясняется комплементарным стратегическим курсом Донецкой Народной Республики. Беспрецедентное геополитическое положение и социально-экономическое состояние республики требует внимательного изучения особенностей, исключения ошибок и формирования собственных подходов к концепции регионального развития территорий Республики.

Основная часть. Каковы же современные приоритеты развития российских регионов? Направлениями стратегии (вариант 2012 г.) стали расширение полномочий местных органов самоуправления и децентрализация власти, которые должны были усилить конкуренцию регионов и агломераций за человеческие ресурсы.

Приоритетное направление по совершенствованию инфраструктуры городов привело к усилению концентрации ресурсов в агломерациях и дальнейшему ослаблению периферий. По мнению экономистов и демографов (Н. Зубаревич, 2019; Махровой, 2018; Мкртчян, 2017) объективный процесс роста городов усиливается институциональной политикой в наиболее крупных мегаполисах. Так, центрами демографического и инвестиционного притяжения являются Москва и Санкт-Петербург, которые по численности населения превышают другие города-миллионники (Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань и др.) в 10 и 5 раз соответственно, получая от 6 до 17 % (на область) всех инвестиций по стране. Институциональный барьер не дает развиваться крупным городам и региональным центрам. Муниципальные власти де-факто делегируют полномочия региональным, бюджетные средства сосредоточены в регионах, а свободные средства городского округа в результате не превышают 5 % [1]. Демографический срез по регионам РФ по итогам 2019 г. демонстрирует отрицательную динамику численности населения в большинстве регионов, особенно в Центральном и Северо-Западном округах: Ивановской, Тульской и Псковской областях. Относительно позитивной является динамика рождаемости в Республке Ингушетия, Карачаево-Черкесской Республике и в Москве. Уменьшение населения наблюдается в тех регионах, где возрастные пирамиды смещены в сторону возрастных групп старших поколений. В «молодых» регионах позитивны и показатели суммарного коэффициента рождаемости: Республика Тыва, Чеченская Республика, Алтай. Снижение числа рождаемости, высокие показатели смертности являются причинами естественной убыли населения страны. Значительно компенсировал естественную убыль миграционный прирост, особенно в Ростовской, Самарской областях и Ставропольском крае за счет мигрантов с Украины и Средней Азии. Позитивная институциональная политика позволила снизить отток населения из Сибири и Дальнего Востока [2].

Учитывая определенные сходства в социально-экономическом развитии и демографических процессах российских регионов с процессами аналогичными в Республике, целесообразно их обозначить. Усиливается социальная стратификация и негативные демографические тенденции: темпы естественной убыли населения Республики с 2015 г. по 2019 г. составили 3,04 % (более 70 тыс. чел.). Наблюдается значительная дифференциация в оплате труда, разрыв между минимальной и максимальной оплатой составляет более 20 тыс. руб., т.е. более чем в 10 раз. Усиливает социальную напряженность соотношение численности населения и доли пенсионеров, которое увеличилось на 1 % с 2015 г. по 2018 г. [3].

Центром притяжения основных потоков населения является г. Донецк, с которым связаны Макеевка, Ясиноватая и Харцызск. Учитывая,

что основными отраслями экономики республики продолжают оставаться металлургия, энергетика, химическая промышленность и тяжелое машиностроение, (ресурсоориентированные и взаимосвязанные отрасли), устойчивые агломерации Горловско-Енакиевская и Шахтерско-Снежнянская взаимосвязаны со Ждановкой, Кировским, Торезом. Градообразующим предприятием промышленного пункта Новый Свет является Старобешевская ГРЭС. Следует отметить, что в Республике аналогично российской системе управления организуется государственное планирование как отраслевое, так и пространственное, усиливается вертикаль власти, в это же время органы местного самоуправления не входят в систему органов государственной власти. С 2015 по 2019 г. доля предприятий с государственной собственностью увеличилась в 2 раза [3].

Заключение. В условиях становления института государственного управления и внешних вызовов проводимая политика является необходимой, что тем не менее не исключает негативных тенденций неравномерного территориального развития, аналогичных российским. Российский опыт управления стоит применять взвешенно. Снижение барьера доминирования крупного бизнеса, защита малого и среднего бизнеса пропорциональными налоговыми квотами – направления государственной политики, которые способствуют равномерному развитию. Демографические векторы концентрации населения направлены к региональному центру, причем чем ниже концентрация населения, тем успешнее динамика развития (Уфа, Краснодар, Ростов-на-Дону). В приоритет государственной поддержки ориентированной на многопрофильность городов следует включать населенные пункты, которые не находятся в зоне притяжения крупных городов, поскольку экономика городов-спутников будет неизменно связана и тяготеть к центру. Развитие периферий возможно при организации единого инструмента поддержки предпринимателей, реализации местных инициатив, консолидации социальных проектов и волонтеров.

Список литературы

1. Зубаревич Н. В. Социально-экономическое положение регионов и демографические итоги 2019 г. (по результатам регулярного Мониторинга ИНСАП РАНХиГС) / Н. В. Зубаревич, А. О. Макаренцева, Н. В. Мкртчян // Экономическое развитие России. – 2020. – Т. 27, № 4. – С. 73-87.
2. Зубаревич, Н. В. Стратегия пространственного развития: приоритеты и инструменты / Экономический портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://institutiones.com/strategies/3270-strategiya-prostranstvennogo-razvitiya.html>.
3. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А. В. Половяна, Р. Н. Лепы, Н. В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020. – С. 116-120.

УПРАВЛЕНИЕ КЛАСТЕРНЫМИ ОБЪЕДИНЕНИЯМИ

Капыльцова В.В., канд. экон. наук, доц.,

Картамышев А.А.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

viktoriya.kap.75@mail.ru

Введение. Формирование кластерных объединений является одной из форм построения современных экономических кооперационных отношений в производственной сфере, эффективность которой доказана международной практикой. Кластеризация национальных и региональных экономик является инструментом обеспечения экономического роста и повышения их конкурентоспособности. Создание и функционирование кластера подразумевает взаимовыгодное сотрудничество субъектов хозяйствования, что благоприятно влияет на рост производства, использование инновационных технологий, позволяет повысить конкурентоспособность участников, эффективно преодолевать риски, связанные с глобальными экономическими потрясениями. Одновременно, особенности функционирования кластеров требуют разработки и реализации специфических подходов (в организации системы управления ими), учитывающих интересы всех участников кооперационного объединения, способствующих их развитию, привлечению как частных инвестиций, так и государственного финансирования.

Целью настоящего исследования является анализ мирового опыта организации управления созданием и функционированием кластерных объединений в рамках проведения государственной кластерной политики.

Результаты исследования. Экономический кластер – локальное образование, объединяющие самостоятельные хозяйствующие субъекты на условиях кооперационного взаимодействия с целью обеспечения конкурентного преимущества на рынке. Система вертикальных и горизонтальных связей в кластере объединяет производственные предприятия, научно-исследовательские институты, организации сервисной, коммуникационно-транспортной инфраструктуры, финансовые учреждения [1]. Дополнительные социальные и экономические выгоды они получают за счет взаимовыгодного общественного разделения труда, внедрения инновационных технологий и объединения производственной и научно-исследовательской деятельности.

Формирование партнерских взаимоотношений в кластерах требует улучшения концепции управления. Предметом подобных управленческих отношений становится работа самостоятельных субъектов, выполняющих собственную функцию в интегрированной системе [2].

Управление развитием кластера (кластерный менеджмент) – это вид менеджмента, который является совокупностью принципов, мероприятий, методов и инструментов, форм и средств воздействия на социально-экономическую деятельность на кластерном уровне для достижения синергетического эффекта и поставленных целей с учетом воздействия факторов внешней среды, а также координации и контроля взаимовыгодных экономических отношений субъектов интеграции.

Анализ мирового и отечественного опыта позволяет выделить несколько вариантов с целью формирования компании для управления кластером [3]. Наиболее распространенные: создание юридического лица или заключение договора консорциума между участниками (цель которого – координация их предпринимательской деятельности).

В рамках опыта ЕС кластерная политика не является самостоятельной политикой в подавляющем большинстве стран, в связи с этим не существует регулирующих ее нормативных документов. Она реализуется как составная часть инновационной, научно-технической поддержки малого и среднего бизнеса, а также политики регионального развития. В сферу компетенций менеджмента кластера входит включение в сетевые межкластерные взаимодействия на национальном и международном уровнях, организация повышения качества человеческого капитала.

Система менеджмента кластерных инициатив состоит из 5 основных видов деятельности: информационно-коммуникационное обеспечение деятельности кластера; тренинги, повышение квалификации специалистов; поддержка кооперации; маркетинг и PR; интернационализация деятельности [4].

Модели формирования управляющих компаний кластеров, значительно варьируются между странами ЕС из-за отличий в правовой базе, размерах кластеров, типе кластера – научно-исследовательский или индустриальный. Для первого типа характерна более низкая степень влияния управляющей компании на экономическую и информационно-коммуникационную активность, для второго – более слабое влияние на научно-исследовательскую деятельность. Для всех типов управляющих компаний характерны общие черты: наличие «совета директоров» (исполнительный орган – 5-10 членов, выбираемый собранием представителей всех участников кластера, вхождение представителей региональных/государственных органов необязательно); возможность функционирования органов оперативного управления (исполнительный комитет); все подобные компании – некоммерческие организации. При этом предусмотрено три основных модели финансирования деятельности компаний по управлению кластерными образованиями: государственное, частное и смешанное (распространенное на практике) финансирование [4].

Российский опыт деятельности кластеров характеризуется иным способом формирования и деятельности управляющих кластерами организаций, а именно: формирование кластеров и их управляющих

компаний по упрощенному варианту, путем заключения соглашения сторон о сотрудничестве (договор консорциума), а также на основе решения региональных органов власти [5]. В управленческой структуре российских кластеров существенное влияние оказывают региональные власти и, соответственно, малое – представители бизнеса. При этом есть прецеденты назначения управляющими компаниями кластеров региональных органов исполнительной власти или же непосредственное создание и руководство такими органами государственных (муниципальных) предприятий с функциями управляющих компаний. Одновременно, в рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства реализуется другой механизм управления кластерами – через создание центров кластерного развития, целью которых является создание условий для эффективного взаимодействия участников территориальных кластеров. Функции управляющей компании территориальных кластеров они выполняют до тех пор, пока участниками кластера не будет учреждена независимая управляющая компания.

Заключение. Управление кластерными образованиями в мировой практике приобрело различные формы, что зависит от нормативно-правового обеспечения и государственной кластерной политики. Европейский опыт предусматривает применение принципов, основанных на стратегии «государственного посредничества (создания привлекательной бизнес-среды)». В российской практике более сильны черты административно-командного влияния, явно прослеживается активная роль государства в организации управления кластерными образованиями. При этом каждый из путей формирования управленческого механизма оправдан практикой и условиями существования национальных экономических систем общества.

Список литературы

1. Оксенюк С. Г. Кластеризация промышленности в обеспечении экономической безопасности государства : дис. ... канд. экон. наук: 21.04.01 / С. Г. Оксенюк. – Киев, 2018. – 302 с.
2. Павлова А. В. Формирование и управление кластерными объединениями организаций : автореферат дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Павлова. – Москва, 2017. – 22 с.
3. Руководство по развитию кластеров [Электронный ресурс] // URL: <http://rus.kohtlajarve.ee/uploads/documents/valissuhted/projektid/2/cd/ru/guide.pdf> (дата обращения: 29.09.2020).
4. Система менеджмента для управляющих компаний инновационных территориальных кластеров Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <https://cluster.hse.ru/mirror/pubs/share/212153923> (дата обращения: 02.10.2020).
5. Гайша О. Д. Зарубежный и отечественный опыт развития кластеров / О. Д. Гайша [Электронный ресурс] // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-i-otchestvennyy-opyt-razvitiya-klasterov> (дата обращения: 25.05.2020).

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Карпенко Е.В.

ГОУ ВПО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», г. Донецк, ДНР
info@donvoku.com

Введение. Общеизвестно, что экономическое развитие любой страны в целом зависит от развития её регионов. Поэтому муниципальный уровень власти является не только одним из источников, который реализует систему жизнедеятельности наших граждан, но и показателем экономического развития нашей республики.

Годы независимости Украины показали не экономическое развитие муниципального уровня, а, скорее, деградацию. Разрушенная инфраструктура малых городов (причем не от военных действий, а от «грамотного» управления) очень наглядно показывает уровень нашего экономического развития за 23 года до создания Донецкой Народной Республики (далее – ДНР), а республике, соответственно, досталась уже истощенная ресурсная база плюс к этому военные действия и экономическая блокада со стороны Украины.

Цель. Анализ зарубежного, а также отечественного опыта, в разработке системы оценивания эффективности деятельности органов местного самоуправления, показывает, что этот вопрос стал систематически изучаться ещё с конца 1990-х годов. Это было установлено в ходе проводимых опросов общественности на территориях муниципалитетов [1].

Основная часть. Но, чтобы найти наилучший способ улучшить уровень жизни населения на местном уровне, необходимо для начала разобраться, как же это работает. Итак, прежде всего, органы местного самоуправления представляют собой местные администрации. Оценивание эффективности работы местных администраций является обязательной составляющей процесса управления, которая позволит получить информацию о проблемах управления, результатах, приоритетах социально-экономического развития муниципального образования, выполнении планов развития территории, определении направления муниципальной социальной политики и т.п.

В ДНР всё ещё не принят закон о местном самоуправлении, так что обратим внимание на нормативно-правовую документацию, регламентирующую местное самоуправление и оценку эффективности деятельности этих органов. В ст. 18.1 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» закреплено, что оценка работы органов муниципального образования должна проводиться по заранее утвержденным показателям и в предварительно установленной

форме, порядок утверждения перечня показателей определяется Президентом Российской Федерации, субъекты Российской Федерации могут оказывать содействие в целях достижения самых высоких показателей и как способ поощрения, предоставляя за счет средств регионального бюджета гранты муниципальным образованиям. В 2008 году в России была введена система оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления Указом президента РФ от 28.04.2008 № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». Также из нормативных документов были приняты: Постановление Правительства Российской Федерации от 17.12.2012 № 1317 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. № 607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов» и подпункта «и» пункта 2 Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления», Методические рекомендации по подготовке сводного доклада субъекта Российской Федерации о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, расположенных в границах субъекта Российской Федерации и его размещению в государственной информационной системе «Управление» [2].

Согласно перечисленным документам оценка эффективности работы органов местного самоуправления осуществляется по тридцати показателям как количественным (а именно: соотношение среднемесячной номинальной заработной платы работников муниципальных учреждений к среднемесячной номинальной начисленной заработной плате работников большого и среднего бизнеса и некоммерческих организаций муниципального образования; доля населения, охваченного профилактическими осмотрами; удельный вес учеников, которые сдали ЕГЭ, от общего числа выпускников общеобразовательных муниципальных учреждений, которые участвовали в сдаче ЕГЭ; доля детей дошкольного возраста, получающих дошкольную образовательную услугу; количество субъектов малого бизнеса в расчете на 10 000 человек населения; общая площадь жилого помещения, которая приходится в расчете на одного жителя муниципального образования; доля автомобильных дорог общего пользования местного значения, которые были отремонтированы; уровень сбора платежей за предоставленные жилищно-коммунальные услуги и др.), так и качественным (а именно: степень удовлетворения населения услугами, которые предоставляются муниципальными учреждениями) [3].

Эта система показателей нацелена на оценку работы органов муниципального образования в таких сферах как: здравоохранение, образование, жилищное строительство, дорожное хозяйство и транспорт-

ное обслуживание, жилищно-коммунальное хозяйство и др. Также, как уже упоминалось ранее органы местного самоуправления обязаны представить отчет о результатах проведения оценки эффективности по итогам года в органы исполнительной власти субъекта Российской Федерации. А они, в свою очередь, обязаны провести мониторинг эффективности деятельности органов местного самоуправления, по итогам которого должны определить условия предоставления грантов. Текст доклада о результатах проведения оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления размещается на официальном сайте субъекта Российской Федерации.

Многие ученые в Российской Федерации считают, что система оценки эффективности деятельности органов муниципального образования имеет немало недостатков, которые необходимо устранять. Среди них, например, вообще никак не учтены вопросы материально-технического обеспечения органов ЗАГС, комиссий по делам несовершеннолетних, практически отсутствует полная и достоверная статистическая информация в разрезе муниципальных образований [4].

Заключение. Чтобы создать эффективно работающее местное самоуправление в ДНР необходимо учитывать зарубежный опыт как организации местного самоуправления, так и оценки эффективности его работы. Например, в Великобритании была разработана система исполнения местными органами власти взятых на себя обязательств. Разработанная концепция оценки эффективности использования бюджетных средств по принципу «качество за деньги», которая позволила «худшим» муниципалитетам (25 % местного самоуправления) улучшить 75 % показателей своей работы.

Список литературы

1. Кирсанов С.А. Эффективность деятельности органов государственной и муниципальной власти: пути развития / С.А. Кирсанов // Материалы презентации IX Российского форума содействия муниципальной реформе (28 сентября – 02 октября 2009 г., Краснодарский край, г. Сочи, п. Шексна).
2. Официальный портал Правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.donland.ru/activity/1003/> (дата обращения: 01.10.2020г.)
3. Кузнецова Е.М. Местное самоуправление и социальная работа: конспект лекций / Е.М. Кузнецова. – Омск: Издательство ОмГТУ, 2010. – 60 с.
4. Бардакова С.М. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления / С.М. Бардакова // Проблемы теории и практики управления. – Иркутск: Известия ИГЭА, 2011. – № 3(77). – С. 97-100.

САМООБЕСПЕЧЕННОСТЬ ЗЕРНОМ КАК ИНДИКАТОР ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И НЕЗАВИСИМОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кириллова А.В.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
nastasya.kirillova2013@yandex.ru

Введение. В условиях мирового перманентного финансово-экономического кризиса, политической нестабильности, проблема обеспечения населения продовольствием обострилась. Продовольственная безопасность – составляющая национальной безопасности в целом, необходимое условие для обеспечения высоких жизненных стандартов населения. Существуют множество подходов как к определению продовольственной безопасности, так и к решению проблем, связанных с ней.

В Российской Федерации опираются на достижение продовольственной независимости, физической и экономической доступности продовольствия для населения, импортозамещение.

В зарубежных странах акценты обеспечения продовольственной безопасности смещаются в сторону безопасности и качества продовольствия, поддержания экологического равновесия, защиты прав потребителей.

Основная часть. Предметом научных дискуссий является вопрос об источнике гарантирования продовольственной безопасности (импорт продовольствия или его производство внутри страны). У. Коулман, Дж. Скогстад и М. Аткинсон подчёркивают, что новый вектор развития современного агропродовольственного производства – движение от модели развития аграрного сектора государственной помощи до рыночно-либеральной модели [1].

Существуют мнения, что продовольственное обеспечение за счёт собственного производства несёт издержки потребителям, поскольку при этом они расходуют больше средств, чем в случае покупки продовольствия на мировом рынке, где оно может быть дешевле.

Однако, есть и другая точка зрения, которая обосновывает необходимость гарантирования продовольственной безопасности за счёт внутреннего производства, а также защиты интересов местных товаропроизводителей.

В соответствии с Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации, утверждённой Указом Президента Российской Федерации от 21 января 2020 года № 20 (далее – Доктрина), продовольственная безопасность – это условия экономического и социального развития Российской Федерации, обеспечивающие

продовольственную независимость, гарантирующие экономическую и физическую доступность продовольствия, которое должно соответствовать всем требованиям и стандартам.

Вместе с тем продовольственная независимость определяется как самообеспеченность Российской Федерации основными видами сельскохозяйственной продукции, сырьём и продовольствием. Согласно п.9 раздела «III. Показатели продовольственной безопасности и индикаторы их оценки» Доктрины, продовольственная независимость – это относительный показатель, который рассчитывается путём соотношения объёма собственного производства и объёма внутреннего потребления соответствующей сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.

Так, например, в соответствии с Доктриной, уровень самообеспеченности зерном должен составлять не менее 95 % [2].

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР), производство пшеницы в 2019 году составило 75,5 млн. т, объём импорта – 246 тыс. т, экспорта – 33,5 млн. т. Вместе с тем исходя из данных ОЭСР потребление пшеницы в 2019 году составило 43,5 млн. т. (табл. 1) [3].

Таблица 1

Динамика производства, импорта, экспорта и потребления пшеницы
за период 2013-2019 гг., млн. т

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Производство	52,1	59,7	61,8	73,3	86,0	72,1	75,5
Импорт	0,5	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2
Экспорт	18,5	22,1	25,4	27,6	40,8	35,7	33,5
Потребление	36,1	34,8	38,1	43,5	44,2	42,2	43,5

Так, по представленным в табл. 1 данным видно, что производство пшеницы в Российской Федерации имеет положительную динамику. В 2019 году в сравнении с 2013 годом производство увеличилось на 45 %. Вместе с этим в 2018 году наблюдался пик показателя производства пшеницы – 86,0 млн. т.

Рассматривая экспорт пшеницы за период 2013–2019 гг. также можно отметить положительную динамику, а именно увеличение показателя на 81 %. Уровень импорта пшеницы в Российскую Федерацию незначителен.

Исходя из данных собственного производства и потребления был рассчитан уровень самообеспеченности пшеницей Российской Федерации (рис. 1).

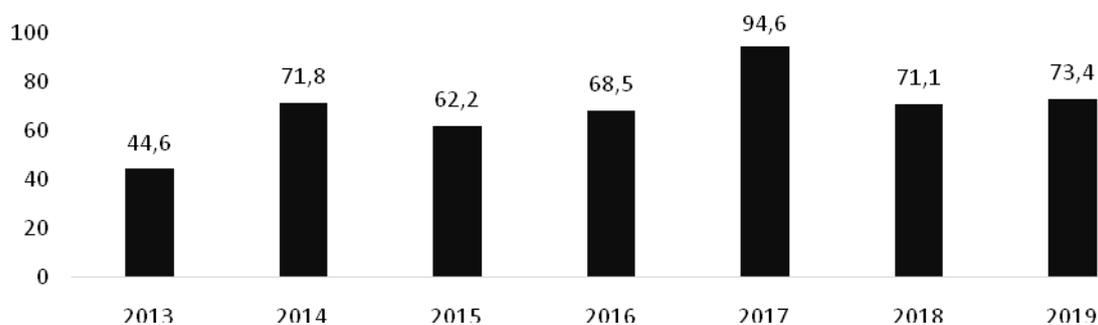


Рис. 1. Динамика самообеспеченности Российской Федерации пшеницей за период 2013–2019 гг., %

Из рис. 1 видно, что за период 2013–2019 гг. уровень самообеспеченности не достигает 95 %, что говорит об отсутствии продовольственной независимости в сфере производства зерна пшеницы. Однако, следует отметить, что в 2019 г. в сравнении с 2013 г. динамика самообеспеченности пшеницей показывает положительный характер. Также необходимо отметить, что в 2017 году уровень самообеспеченности почти достиг 95 %.

Заключение. Стабильное продовольственное обеспечение населения было и остаётся одним из важнейших компонентов мирового развития. Для Российской Федерации в условиях санкций и ограничений вопросы её обеспечения приобретают главенствующий характер. Во многих методиках расчёта уровня продовольственной безопасности показатель обеспеченности зерном является одним из важнейших. В 2019 году порядка 10 % совокупного мирового производства пшеницы приходится на Российскую Федерацию. По прогнозам ОЭСР к 2025 году объём производства пшеницы в Российской Федерации возрастёт до 87,5 млн. т, тогда как объёмы экспорта и импорта останутся на уровне 2019 года, что повысит уровень самообеспеченности пшеницей до 96 %. Так, при принятии в расчёт прогнозных данных ОЭСР, начиная с 2025 года можно говорить о полной самообеспеченности Российской Федерации зерном пшеницы, а значит и достижении продовольственной независимости в данной отрасли.

Список литературы

1. Coleman W. Paradigm Shifts and Policy Networks: Cumulative Change in Agriculture / W. Coleman, G. Skogstad, M. Atkinson // *Journal of Public Policy*. – 1996. – Vol. 16. – P. 273-301.
2. Указ Президента Российской Федерации от 21 января 2020 года №20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента Российской Федерации – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/45106> (дата обращения: 28.09.2020).
3. Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития: сайт. – URL: <http://www.oecd.org/> (дата обращения: 29.09.2020).

РЕЛИГИОЗНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

*Козлов А.А.*¹, д-р экон. наук, проф.,

*Козлова Г.В.*², д-р экон. наук, проф.

¹Тамбовский филиал АНО ВО «Российский новый университет», г. Тамбов, РФ,

²ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,

г. Тамбов, РФ

akozlov5656@mail.ru

Введение. Любая разумная деятельность человека, по существу, представляет собой удивительный феномен не только земного, но и космического масштаба. Зачем мирозданию нужна структура, стремящаяся разобраться в принципах устройства мира, понять сущность бытия? Человек, изменяя окружающую природную среду, создает, посредством экономической деятельности антропогенные среды своего обитания. В царстве живой природы человек занимает свое место, именуясь как вид *homo sapiens*. Но уже на заре цивилизации все религии определяли человека как божественное создание, стоящее над миром животных. А что же такое человек? Платон говорил о двуногом животном без перьев, Аристотель об общественном животном, Шопенгауэр и Ницше о мыслящем, видящем и чувствующем существе. Философская антропология давала религиозную, рациональную, деятельную, психологическую трактовки человека [2]. Следовательно, человек познает мир и себя в нем, то есть мир отражен в человеке. Уникальное единство представляют материальная и идеальная составляющие личности индивидуума.

Основная часть. Итак, идеальная составляющая человеческого бытия – разум, который определяет уникальность человека. Возможно, что качественный скачок в превращении обезьяны в мыслящее и сознательно действующее существо, произошел вследствие Высшего вмешательства. Акт сотворения человека – это возможно «Искра Божия», пробудившая его сознание, разум. В основе поведения человека лежат два начала: животное и человеческое. Основа – животное с инстинктами, «надстройка» – духовная личность. Тенденцию развития человека по всей видимости можно определить, как сокращение доли животной сущности и рост истинно человеческой. Но базовый закон неограниченного потребления (при ограниченных ресурсах), характеризующий экономическое поведение индивидов и социумов, говорит о важнейшей роли в поведении инстинктивного начала. Конечно животное не стремится бесконечно наращивать потребление, когда оно сыто, в тепле и успешно продолжило свой род. Но именно инстинктивная установка на то, чтобы оставить в будущих поколениях как можно больше своих генов обуславливает стремление особей к доминированию в своей видовой группе. Но если

животное доминирует посредством физического превосходства и исключительно с целью продолжения рода (или насыщения), то у человека это выглядит по-другому. Человек, существующий в социальной, антропогенной среде, в организованном и структурированном обществе, поднимает свой социальный статус, стремится доминировать посредством богатства, а также официального общественного положения, дающего власть. Доминирование по животному образцу, за счет физической силы, может присутствовать в локальных человеческих коллективах во дворах, на улицах, в замкнутых территориях (казарма, тюремная камера и т.д.). Поэтому средством для повышения социального статуса человека является социально-экономическая деятельность в обществе. Но если духовная, истинно человеческая составляющая личности растет и если этот тренд будет продолжительным, то и стимулы к экономической деятельности могут, по-видимому, медленно трансформироваться. Человек не откажется, скорее всего, от роста комфортности существования всего глобального социума, но может уйти от стремления безграничного, обусловленного только тщеславием личного потребления. Но это крайне длительный, сложный и противоречивый путь. Основой пути «очеловечивания» со времен начала цивилизации и до наших дней служат религия и различные социально-экономические теории (например, марксизм). Раннее, базовое христианство призывало не только возлюбить ближнего, но и отказаться от частной собственности (на средства производства?), обобществить ее. Но животная человеческая составляющая изменяет под себя и церковь, и декларируемые ей религиозные взгляды. Трансформировалось и христианство, особенно после того как Константин Великий провозгласил его государственной религией Римской империи. После этого уже не могло идти речи о непротивлении злу и насилию, поскольку государство должно иметь армию, которая по приказу должна воевать и убивать. Невозможно, также, в классовом обществе, в рамках государства, избавиться от желания обладать все большим богатством, а, следовательно, от сверхэксплуатации человека человеком, но все-таки религия, пусть медленно, но верно очеловечивает человека.

Движение от инстинктивно-животной к духовной человеческой сущности с опорой на марксистскую идеологию, апеллирует уже не столько к сознанию человека, не агитирует его, а действует через экономику. Общество жестко ставится в условия, в которых становится невозможной эксплуатация с целью обогащения, когда достигается значительное социальное равенство. Социальная защищенность всех людей, отсутствие безработицы, низкие и фиксированные цены, официальное уважение к человеку труда – великие блага, которыми пользовались жители СССР.

Вся коммунистическая идеология, все достигнутые и потенциальные успехи советского общества разбились об одно единственное слово. Это слово – МОЕ. Рынок, несмотря ни на что, пробивался как трава сквозь

асфальт во всех сферах экономической жизни командной экономической системы. Дефицитные товары продавались гражданам фарцовщиками по настоящим рыночным ценам, которые регулировались, как положено, соотношением спроса и предложения. Если товар люди готовы были купить по ценам выше установленных государством, то по этим ценам их и продавали. Это несмотря на многочисленные уголовные процессы над директорами магазинов и оптовых баз, а также просто спекулянтами-продавцами. А ведь идеальное коммунистическое общество могло бы напоминать Рай на Земле. Как и идеальное общество, живущее по идеалам христианства, по Божьим заповедям.

Виновата ли в недостатках и жестокостях социалистических обществ, существовавших в мире, марксистская идеология? Вопрос чисто риторический. Таким же образом можно обвинить в крестовых походах, уничтожении еретиков, кострах инквизиции и во всех пролитой под знаменами христианской веры морях крови, учение Иисуса Христа. Ни христианство, ни марксизм не виноваты. Виноват человек, который пока не стал как ему подобает гуманным и нравственным существом, который стремится к власти и богатству, то есть к доминированию над себе подобными. Как и все живые организмы на планете Земля. Бросается в глаза противоречие между техническим прогрессом человечества и теми, видимыми на первый взгляд, стимулами, которые подталкивают экономическую деятельность людей, теми моральными установками по которым живет и функционирует общество. Дело в том, что человеческое знание кумулятивно, то есть накапливается обществом, а следовательно, его объем постоянно увеличивается и может быть использован для производства всевозможных благ. Каждое новое поколение, следовательно, обладает все большим объемом знаний. Таким же категориям как нравственность, мораль (индивидуальная, общественная) кумулятивность не свойственна. Каждый человек осваивает эти понятия лично для себя с нуля.

Заключение. В различных религиозных системах сформировалось различное отношение к экономической деятельности людей. Но и буддизм, и ислам, и христианство с заложенной в них проповедью человеколюбия и самоограничения отрицают культ наживы, а, следовательно, их отношение к экономике (рыночной), бизнесу скорее отрицательное или индифферентное. Исключением является протестантское направление христианства, основатели которой (Лютер, Кальвин) провозгласили бизнес, наживу делом богоугодным.

Список литературы

1. Козлов А. А. Структурно-экологический инструментарий исследования экономических систем / А. А. Козлов, Г. В. Козлова, Л. Л. Мешкова. – Тамбов: Изд-во Першина Р. В., 2020.

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ

Кондраков И.В., канд. экон. наук, доц.,

Кондраков О.В., канд. техн. наук, доц.,

Беляев А.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет

имени Г.Р. Державина», г. Тамбов, РФ

kondrakoff@bk.ru

Введение. Потребительские предпочтения представляют собой личностное, позитивное отношение потребителя к потребляемому товару, или к его свойствам. Они позволяют потребителю сделать свой окончательный выбор в приобретении товара из ряда существующих товаров, со схожими характеристиками. Следовательно, управление потребительскими предпочтениями, можно рассматривать в качестве инструмента обеспечивающего динамику продаж и фактора развития коммерческого предприятия.

Основная часть. В современной теории и практике проводятся исследования, направленные на изучение сущности потребительского предпочтения. Несмотря на то, что это понятие уже давно введено в оборот в маркетинговой и коммерческой деятельности, в современной практике оно сохраняет свой неопределённый статус.

Многие предприниматели недооценивают значение процесса управления потребительскими предпочтениями, что оказывает отрицательное влияние на их финансовые результаты, стабильность и имидж в глазах потребителей. Следовательно, от эффективного взаимодействия коммерческого предприятия с потребителем зависит уровень рентабельности и конкурентоспособности бизнеса в целом.

В процессе совершения акта купли-продажи, удовлетворенный потребитель, формирует лояльное отношение к коммерческому предприятию, марке. В результате, такой потребитель становится постоянным покупателем для коммерческого предприятия, становится негласным носителем рекламы.

Следует отметить, что на степень удовлетворенности и выбор конкретного товара влияет множество параметров: качество сервиса, обслуживания, интерьер торгового зала, качество товара, ширина товарного ассортимента, качественная система продвижения и т.д. По этой причине каждое коммерческое предприятие, обязано знать и принимать во внимание потребительские предпочтения, предугадывать их пожелания.

Но психология потребителей не статична – она имеет свойство изменяться под влиянием самых разнообразных факторов [1].

Особенно остро процесс выявления и управления потребительскими предпочтениями рассматривается в сфере обращения (торговля)

Для увеличения товарооборота, в коммерческой деятельности, все большее внимание стало уделяться средствам продвижения. Это привело к актуализации маркетинговых инструментов, и росту вложений в маркетинг.

Несомненно, в условиях рынка покупателя, сформированного в условиях рыночных отношений, производство товаров является клиентоориентированным, и для сохранения своих позиций в отрасли, в целях обеспечения роста устойчивости, действия предприятий направленные на управление потребительскими предпочтениями должны быть системными [2].

Каждое коммерческое предприятие в своем арсенале имеет целый набор средств, способствующих воздействию на потребительский выбор (потребительские предпочтения).

Первым способом воздействия можно рассмотреть стандарты обслуживания. Они являются формой передачи имиджа коммерческого предприятия на покупателя. Такой стандарт представляет комплекс целенаправленных действий, по результату которых продавец успешно влияет на покупателя, закономерно повышая уровень обслуживания.

В части воздействия на потребительский выбор, стандарты обслуживания решают следующие задачи: делают единообразными действия работников на различных участках, организуют рабочие процедуры настолько понятными для работников, насколько это возможно; устанавливают базис для прозрачной и объективной оценки процесса и итогов работы сотрудников [3].

Следующей формой воздействия выступают методы продвижения товаров.

Система продвижения товара является важным элементом воздействия на покупателя, поскольку, в современных условиях рынка, недостаточно производить товар высокого качества, формировать лояльную ценовую политику с последующей интеграцией в современный рынок. Для по-настоящему успешного существования такого товара на современном рынке требуются меры по его продвижению.

Система продвижения товара имеет две основные функции: выделение определённого товара из общей товарной массы, и формирование образа коммерческого предприятия методом создания благоприятного информационного поля относительно конкурентов. Именно в результате таких мероприятий осуществляется воздействие на потребительский выбор, спонтанные покупки.

Современная система продвижения состоит из двух основных направлений: ориентация на коммерческий продукт; ориентация на покупателя – гарантия осведомленности покупателя о коммерческом продукте.

Не меньшее значение в системе воздействия на покупателя играет система стимулирования сбыта. Она является комплексом методов, используемых в течении всего цикла жизни коммерческого продукта, применительно к трём участникам коммерческого рыночного процесса: покупателя, оптового продавца и продавца. Система стимулирования сбыта применяется с целью привлечения новых потребителей, роста коммерческой конверсии, и для увеличения объемов сбыта.

Список методов стимулирования сбыта весьма широк. В него входят: бесплатное испытание, купоны, бесплатное предоставление образцов, лотереи, денежные бонусы за «пакетные продажи», конкурсы, премии, возвращение части цены, подарки, премии, продажа по сниженным ценам.

Заключение. Подводя итог всему вышесказанному, можно с полной уверенностью заявить, что потребительские предпочтения поддаются прогнозированию и контролю. В первую очередь коммерческое предприятие обязано поставить приоритетом производства – удовлетворение потребительских нужд и желаний. Этот фундаментальный фактор является основополагающей задачей в методе управления потребительскими предпочтениями. Соблюдение стандартов обслуживания позволит фирме завоевать потребительские симпатии, развить конкурентоспособную торговую марку, и гарантировать лояльность потребителей. На основе системы стимулирования осуществляется грамотная работа с готовой клиентской аудиторией, а привлечение новой обеспечит предприятию стабильный рост рентабельности. В случае системного использования изложенных методов, компании обеспечат интенсивное развитие на длительный период.

Список литературы

1. Рожков А.Г. Формирование и развитие отношений клиентоориентированной компании / А.Г. Рожков. – Москва.: Триумф, 2012. – 181 с.
2. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – Москва: Центр экономики и маркетинга, 2012. – 131 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. Санкт-Петербург: Питер Ком, 2001. – 416 с.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР НА ОСНОВЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ОРИЕНТАЦИИ
НА ПОТРЕБИТЕЛЯ**

Кондраков И.В., канд. экон. наук, доц.,

Кондраков О.В., канд. техн. наук, доц.,

Шевяков А.Ю., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет
имени Г.Р. Державина», г. Тамбов, РФ

kondrakoff@bk.ru

Введение. В современной практике отечественных предприятий существует множество методов развития, на основе логистики, «бережливое производство» и т.д. Одним из перечня существующих подходов используется концепция – «ориентация на потребителя».

В деятельности современных коммерческих организаций сферы обращения этот инструмент является ключевым в конкурентной борьбе. В этой связи рассмотрим основные компоненты категории «ориентация на потребителя» и подходы к его реализации

Основная часть. В качестве основного объекта управления в концепции ориентации на потребителя выступают потребительские предпочтения клиентов.

В теоретическом обосновании и практической деятельности предприятий в качестве основного объекта управления, наравне с товарами и услугами, выступает конечный потребитель.

Целью каждого коммерческого предприятия являются экономические результаты (доход, прибыль, величина рыночной капитализации, уровень конкурентоспособности и т.д.).

Наряду с ними, важным считается осознание того, что они, в большинстве случаев зависят от степени удовлетворения существующих потребностей конечных потребителей, что выступает в форме связующего звена с рентабельностью предприятия.

Следовательно, ориентация на потребности потребителей, это процесс, который определяет успех предприятия в условиях жесткой конкуренции, при этом немаловажную роль в данном процессе занимает потенциальные возможности предприятия по выявлению потребностей и наличия инструментария по их удовлетворению. Именно такое сочетание, позволяет сформировать слаженный механизм позволяющий повышать рентабельность и конкурентоспособность в длительной перспективе.

С точки зрения маркетинговых инструментов ориентированность коммерческих предприятий имеет своей целью удовлетворение динамично меняющихся потребностей потребителей.

При этом основное различие может заключаться во временном лаге, возникающем в процессе принятия управленческого решения различными участниками рыночных отношений.

Следует отметить, что потребитель ориентируется не только на потребности современного времени, но и на потребности в будущем [1].

Для достижения эффективности процесса взаимодействия производителей/продавцов и потребителей необходима их ориентированность на один и тот же промежуток времени, в противном случае потребность не может быть удовлетворена.

Таким образом, существует определенная закономерность, что в процесс удовлетворения потребностей потребителей, непосредственно в момент их выявления, предприятие может обеспечивать экономические результаты, нежели их отсроченную перспективу получения.

Так, вложение денежных активов в продвижение товаров на перспективные рынки, которые ориентированы на потребности в будущей перспективе обеспечиваются большими рисками.

Как показывает практика, ориентация на потребности клиента, их удовлетворение, предвосхищение создает главный инструмент предприятия в конкурентной борьбе – повышение адаптации предприятия в неустойчивых условиях рынка.

С этой целью, руководство предприятий, в процессе планирования деятельности, проектирования стратегий бизнеса, смотрят на проблемы «глазами потребителей».

Большинство исследований, в данной проблемной области показывают, наличие тесных межфирменных связей, которые активизируют инновационный процесс, позволяют успешно преодолевать различные трудности.

На протяжении развития рыночных отношений процесс ориентации на потребителя, от транзакционной маркетинговой концепции, видоизменяется на отношенческую.

В современных условиях различные подходы ориентации на потребителя находят свое широкое применение в различных сферах и областях деятельности предприятий [2].

В исследованиях, посвященных данной проблематики, ориентацию на рынок подразделяют на адаптивную и проактивную.

Первая концепция предусматривает использование бизнес-логики и восприятие рыночных тенденций в качестве данности, при этом вторая концепция включает активное вмешательство в рыночный механизм.

В процессе использования современных концепций развития компаний ориентированность на потребителей не обеспечивает постоянство развития и создает блага.

В результате проведения ряда исследований, в процессе ориентации на потребности конечных потребителей, предприятия имеют возможность

распределять дополнительные затраты, связанные с разработкой товаров, не пользующихся большим спросом, проведением неэффективных исследовательских программ, беспорядочные бизнес-процессы.

Стабильная внешняя среда предприятия создает стабильный спрос, и в этой связи главным стимулом развития должно рассматривать ориентация на ключевых конкурентов и ориентировать свои усилия на развитие именно в этом направлении.

В обратной ситуации в момент высокой динамики внешней среды, постоянно меняющихся потребностей общества и непостоянной покупательской способности на рынке будут успешными предприятия, которые в процессе разработки товарной, ценовой и других политик развития предприятия ориентируются на клиентов.

В этой связи важно выделить ряд противоречий в рассмотренном подходе, поскольку в условиях стабильной экономической ситуации на рынке ориентация предприятий на потребителей выступает основой в процессе разработки стратегии дифференциации [3].

Заключение. Резюмируя, можно сделать следующий вывод, в современных условиях рынка стратегически важным является поиск оптимального взаимоотношения между удовлетворением потребностей и ориентации стратегическое развитие. Это объясняется тем, что постоянные потребители являются стабильными источниками доходов, в том числе, направленных на развитие.

Следовательно, разумное соизмерение ориентации на потребности потребителей, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе позволяют стабильно развиваться предприятиям. При этом основные принципы ориентации зависят от характера производимых товаров и размера предприятия.

Список литературы

1. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности / Е.А. Горбашко. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2012. – 763 с.
2. Долгопятова Т. Г. Интеграционные процессы, корпоративное управление и менеджмент в Российских компаниях / Т.Г. Долгопятова. – Москва: МОНФ, 2012. – 697 с.
3. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – № 5. – С. 28-36.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РФ

Кострова Ю.Б., канд. экон. наук, доц.

Филиал ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
ubkostr@mail.ru

Введение. Органические продукты – это продукты питания, выращенные или изготовленные без применения синтетических пестицидов, синтетических удобрений, биологических и химических (опять же синтетических) добавок (антибиотики, гормоны роста и проч.), а так же генетически модифицированных организмов растений или животных. Указанные требования справедливы как для сельскохозяйственной продукции, так и для продукции пищевой промышленности. При выращивании органических продуктов питания в качестве удобрений используют навоз, перегной, компост. Эти продукты используют и в качестве кормов для “органических” скота и птицы.

По данным Института исследований органического сельского хозяйства (FiBL), объем мирового рынка органической продукции составляет \$100 млрд. По прогнозам, к 2024 году он должен удвоиться. США занимают 50 % глобального рынка органической продукции, страны ЕС – 35 %, Китай – около 10 %. По объему внутреннего рынка лидируют Австралия, Канада, Япония, Швейцария. Как правило, на развитых рынках органики ее доля в розничной торговле продовольствием не превышает 5-6 %. Исключения – Швейцария и Дания, где этот показатель составляет около 10 %.

Основная часть. В мире рост органического производства идет со скоростью 8–10%, а наш рынок в стадии становления, поэтому цифры чуть выше, так что можно прогнозировать темпы роста 10-12 %. Однако многое будет зависеть от того, насколько этот процесс поддержит государство. Если оно включится, то рост может быть и более активным, если же нет, то мы увидим показатели ниже мировых. До принятия закона об органике в России ежегодно появлялось четыре-шесть органических предприятий, в период ожидания принятия закона их стало уже больше 10.

В 2020 году доля органической продукции на российском продовольственном рынке составляет около 0,1 %, или примерно 10 млрд. руб. Однако на российские товары приходится всего 10-20 % рынка. Отечественные производители пока больше работают в b2b сегменте, значительная часть продукции экспортируется.

Она постепенно меняется. Сейчас ставится задача не только расширить рынок с точки зрения продаж, но и поменять это процентное

соотношение. К 2030 году ожидается увеличение объема до 3-5 млрд. евро, и оптимально, если 50 % продаваемой органической продукции будет российского производства».

Переход на органическую модель производства, как правило, сопровождается ростом издержек и снижением производительности. Эта модель наиболее перспективна в тех сегментах АПК, которые в значительной степени интегрированы в международную торговлю и уже взаимодействуют с рынками, на которых органическая продукция пользуется большим спросом.

Также важным фактором для перехода на органическое производство является доля конкурентоспособных крестьянско-фермерских хозяйств и небольших организаций, способных достаточно быстро изменить формат работы [4].

С этой точки зрения мы считаем, что такие наиболее популярные экспортно-ориентированные отрасли как зерновые, масличные, зернобобовые культуры, где высока доля небольших фермерских хозяйств в общем объеме производства, обладают наибольшим потенциалом для развития производства органической продукции. Среди конкретных агрокультур востребованы российская органическая пшеница, зеленый горох, соя, гречиха. Также к числу секторов АПК, наиболее перспективных для развития органического производства, они относят овощеводство открытого грунта и молочное скотоводство. А вот в свиноводстве и бройлерном птицеводстве перспективы развития органического производства ограничены из-за высокой концентрации промышленных игроков [1].

Сегодня первое место по направлениям органического производства занимает молочная продукция – примерно 50 %, на втором месте – мясная продукция, далее идут овощи, зерновые агрокультуры и хлеб. Это соотношение отличается от мирового: например, в США 40 % продаж органики приходится на овощи и фрукты, в Германии 40 % – это курица и яйцо. Что будет преобладать в РФ с точки зрения приоритетов – прогнозировать сложно, но можно предположить, что и дальше первые места будут удерживать молочная и мясная органическая продукция.

К сожалению, российской овощной органики совсем мало, поэтому, в российской розничной торговле органическое молоко, крупы и мясо еще можно найти, а овощи – практически нет [5]. Следовательно, государству стоит обратить внимание на стимулирование производства органических овощей и фруктов, потому что запрос на них большой, а производителей мало.

Росту рынка органической продукции в России может помешать неправильное исполнение Федерального закона от 03.08. 2018 № 280-ФЗ «Об органической продукции и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», а также, если государство

перейдет из категории поддерживающего сектора в категорию контролирующего. Это, скорее, будет убивать отрасль, а не развивать. Бизнес и государство должны найти форму государственно-частного партнерства по развитию органического производства [3].

Кроме того, развитие данного рынка сдерживает отсутствие федеральной программы поддержки органического сектора, и то, что не определены приоритеты движения. Мешает и недостаточно развитая система сертификации и отсутствие переработки в области органики [2].

Еще одна проблема – слабая инфраструктура сопровождения органического бизнеса. Например, в России отсутствуют органические семена, сертифицированные биопрепараты и биоудобрения, что также сказывается на развитии отрасли.

Заключение. Таким образом, в ближайшие годы российский рынок органической продукции может увеличиваться в среднем на 10-12% в год. При этом динамика его роста будет коррелировать с темпом развития экономики. Более активному потреблению органической продукции могут способствовать эффект низкой базы, а также вступление в силу с 1 января 2020 года закона об органической продукции, который определил принципы ее производства в России и легализовал использование маркировки. Теперь органическая продукция в России будет маркироваться единым государственным графическим изображением – зеленым листком на белом фоне.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Мотивы потребления органических продуктов питания в Российской Федерации [Текст] / Ю.Б. Кострова // Современные технологии в науке и образовании – СТНО-2020: Сборник трудов III Международного научно-технического форума. – Рязань, 2020. – С. 13-16.
2. Кострова Ю.Б. Проблемы развития рынка органической продукции в РФ [Текст] / Ю.Б. Кострова, А.Б. Мартынушкин // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2020. – № 1 (60). – С. 252-255.
3. Лящук Ю. О. Государственное регулирование рынка экологически чистой и органической продукции / Ю. О. Лящук // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы IV Международной научной конференции. – Донецк: ДНУ, 2019. – С. 300-303.
4. Шибаршина О.Ю. Развитие рынка экологически чистых продуктов питания в РФ / О.Ю. Шибаршина // Современные аспекты биобезопасности продукции животноводства: Материалы всероссийской научно-практической конференции. – Орел: ОГАУ им. Н.В. Парахина, 2018. – С. 154-158.
5. Шибаршина О. Ю. Анализ рынка розничной торговли продуктами питания в РФ / О. Ю. Шибаршина // Эпоха науки. – 2019. – № 19. – С. 73-78.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВЭД В УСЛОВИЯХ ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Кошелева Е.Г., канд. экон. наук, доц.,

Чернявская Т.Г.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

o.kosheleva@donnu.ru

Введение. Сложившиеся изменения в структуре хозяйства Донецкой Народной Республики, обусловленные рядом пространственно-экономических трансформаций, указывают на возникновение потребности в совершенствовании системы государственного управления ВЭД как основы конкурентоспособности национальной экономики на мировой арене. Объективная необходимость определения направлений по минимизации негативного воздействия сложившихся трудностей на формирование экспортного потенциала Республики, обуславливает актуальность данного исследования.

Целью данного исследования является разработка рекомендаций по совершенствованию системы государственного управления ВЭД в условиях политико-экономической нестабильности.

Основная часть. Привлечение национальной экономики в систему мировых экономических процессов положительно сказывается на развитии экономики, способствует росту производства, рациональному использованию природного сырья, предотвращению дефицита некоторых товаров, но в первую очередь повышению уровня жизни. Другими словами, внешнеэкономическая деятельность – это вид экономической деятельности, тесно связанный с другими отраслями экономической системы. ВЭД довольно разнообразна, потому что эта деятельность имеет различные виды и формы и осуществляется на нескольких уровнях [1]. Основой экономической деятельности является внешняя торговля товарами, услугами, рабочей силой, информацией и результатами интеллектуальной деятельности. Таким образом, органы власти располагают институциональными рычагами влияния на ВЭД государства: законодательного, финансово-экономического, организационно-экономического, научно-образовательного, имиджевого характера. Именно от эффективности использования подобных инструментов зависит развитие внешнеэкономической деятельности и государства в целом.

Очевидным является факт того, что развитие современной рыночной экономики невозможно в состоянии изолированности от внешнего мира. По данным ГУ «Института экономических исследований» установлено, что во внешнеторговом обороте Донецкой Народной Республики преобладают импортные операции, доля экспорта составляет всего 22 % и, как

следствие, отрицательное сальдо на конец 2016 г. (-140 310,2 тыс. долл.) [2]. Сокращение объема экспорта обусловлено следующими факторами:

1. Прежде всего негативное влияние на развитие экспортно-импортных отношений в ДНР оказывает отсутствие политического статуса государства и непризнанность мировым сообществом, в связи с чем возникают трудности с оформлением товаров при осуществлении торговых операций [4].

2. Исходя из этого возникает следующая проблема – возникновение контрабанды как одной из угроз экономической безопасности Республики.

3. Отсутствие возможности осуществления международных расчетов в связи с неразвитостью финансово-банковской системы.

4. Несовершенство налогообложения, выраженное в отсутствии доступных льгот и преференций для предприятий, занятых в сфере ВЭД, а также высокие таможенные тарифы, что увеличивает конечную стоимость товаров.

В связи с этим, нами предлагается комплекс мероприятий, направленных на устранение возникших сложностей и противоречий в данной сфере:

1. Установление и поддержание взаимосвязей со странами ближнего зарубежья, в т. ч. с другими непризнанными государствами [3].

2. Оказание поддержки малому и среднему предпринимательству в контексте развития внешнеполитических связей.

3. Восстановление работы банковской системы государства и, как следствие, возобновление межгосударственного финансово-банковского взаимодействия; привлечение внешних инвесторов.

4. Создание возможностей для международной кооперации в целях повышения конкурентоспособности республиканских товаров; создание на территории особой экономической зоны (привлечение различных видов ресурсов нерезидентов в экономику Республики).

Также возможным представляется применение опыта Республики Абхазия в области совершенствования институциональной среды регулирования ВЭД, в частности создание в ДНР идентичного документа абхазской Программе «Поддержка экспорта в Республике Абхазия на 2017-2019 годы». Содержание программы должно учитывать направления формирования комфортных условий для национальных экспортно ориентированных производителей, в частности закрепление мер финансовой поддержки, направленных на возмещение организациям-экспортерам Республики Абхазия затрат, связанных с производством и продвижением продукции

Поскольку основой осуществления внешнеэкономической деятельности является наличие двухуровневой банковской системы, необходимо рассмотреть возможность создания на территории Республики коммерческого банка. Приняв во внимание опыт Республики Южная Осетия (РЮО) в

целях понижения степени дефицита кредитных ресурсов необходимо наладить сотрудничество с Банком России, Национальным Банком РЮО, Банком «Арцах» (НКР) и банками других непризнанных республик. В связи с этим органами государственного управления ДНР осуществлен ряд мероприятий по поводу установления корреспондентских отношений между ДНР и РЮО. Особое значение для развития банковской системы ДНР и, следовательно, повышения предпринимательской активности имеет перспектива открытия филиала коммерческого банка (КБ) «Международный расчетный банк» РЮО на территории Республики, поскольку создание собственных коммерческих банков представляется невозможным в условиях отсутствия необходимых ресурсов и непризнанности мировым сообществом.

Несмотря на возникший ряд сложностей, развитие внешнеэкономической деятельности в Республике является объективной необходимостью. Применение предложенного комплекса мероприятий может спровоцировать не только экономический рост, но и ускорить процесс признания государства на мировой арене.

Заключение. Таким образом, возникновение пространственных трансформаций в хозяйственной системе современных государств сопряжено с формированием условий политико-экономической нестабильности развития национальной экономики. Эскалация военного конфликта на территории ДНР оказала негативное влияние на развитие всех сфер жизнедеятельности государства, в т. ч. внешнеэкономической деятельности. Основными направлениями совершенствования системы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности являются: совершенствование законодательной базы, упрощение таможенных процедур для предпринимателей, создание единого таможенного пространства ДНР-ЛНР-Российская Федерация, диверсификация экспортной номенклатуры и др.

Список литературы

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник. / Под ред. Л. Е. Стровского // М.: ЮНИТИ, 2016. – 503 с.
2. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А. В. Половяна, Р. Н. Лепы, Н. В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020. – 260 с.
3. Семенова Т. В. Государственное регулирование и поддержка внешнеэкономической деятельности как катализатор ее развития в Донецкой Народной Республике / Т. В. Семенова // Вестник института экономических исследований. – 2016. – №2. – С. 50-51.

ДОРОЖНЫЕ КАРТЫ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доц.,

Ибрагимхалилова Д.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

kuzhelechka@yandex.ru

Введение. В последнее время вопрос о формировании конкурентоспособности территорий (стран, регионов, муниципальных образований (МО) и т.д.) стал одним из наиболее обсуждаемых не только в научных исследованиях, но и в выступлениях лиц, занимающих высшие государственные управленческие должности.

Большой вклад в формирование теоретической основы конкурентоспособности территории внесли такие зарубежные и отечественные ученые, как И. Ансофф, М. Винокурова, И. Данилов, П. Друкер, В. Парахина, К. Парахин, М. Портер, Р. Фатхудинов, Й. Шумпетер и другие. Современная интерпретация конкурентоспособности МО (городов) сводится к двум взглядам. Американский экономико-географ Пол Робин Кругман, исследователь вопросов муниципального управления считает, что города не конкурируют, а конкурируют только фирмы [1], а специалист в области экономической конкуренции Майкл Портер утверждает о том, что фирмы сознательно или бессознательно стимулируются или сдерживаются в развитии конкурентными особенностями конкретных территорий, на которых они функционируют [2]. Это обосновывает активный интерес к изучению вопросов конкурентоспособности МО и разработки инструментария для ее достижения.

Целью исследования является обоснование целесообразности применения дорожных карт как универсального инструмента реализации стратегии социально-экономического развития (СЭР) с целью повышения конкурентоспособности МО.

Основные результаты. Конкуренция среди территорий реализуется в завоевании ими внимания, ресурсов, доверия и формирования лояльности к ним со стороны граждан, проживающих на их территории, предприятий, инвесторов и путешественников.

В рамках управления конкурентоспособностью МО наиболее важными инструментами являются муниципальные проекты и программы.

Их формирование регламентируется Стандартом взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000 SES. Данный документ является нормативной базой для планирования, исполнения, оценки, информирования и нефинансовой аудиторской проверки качества взаимодействия со

стейкхолдерами в процессе отчетности и подотчетности организаций, в области эффективного муниципального управления с целью повышения прозрачности, открытости и отчетности деятельности органов местного самоуправления [3].

Для повышения конкурентоспособности муниципалитетов чаще всего разрабатываются стратегии их развития, которые подкрепляются муниципальными программами и подпрограммами, охватывающие комплексные сферы развития МО в рамках выбранного направления.

С целью повышения конкурентоспособности МО и реализации стратегии СЭР одним из универсальных инструментов выступает дорожная карта (или roadmap).

Дорожная карта – управленческая конструкция, которая получила широкое распространение в практике стратегического управления и занимает промежуточное положение между стратегией и стратегическим планом. С одной стороны, она позволяет конкретизировать стратегию развития объекта управления и представить ее реализацию в виде последовательности логически вытекающих друг из друга, взаимосвязанных действий. С другой – представляет собой более эластичный инструментарий, чем стратегический план, так как может корректироваться в любой момент времени при установлении изменений или после реализации событий, представленных в дорожной карте, и значительного уточнения видения управленческой ситуации.

Дорожная карта содержит элементы, представленные на рисунке 1.

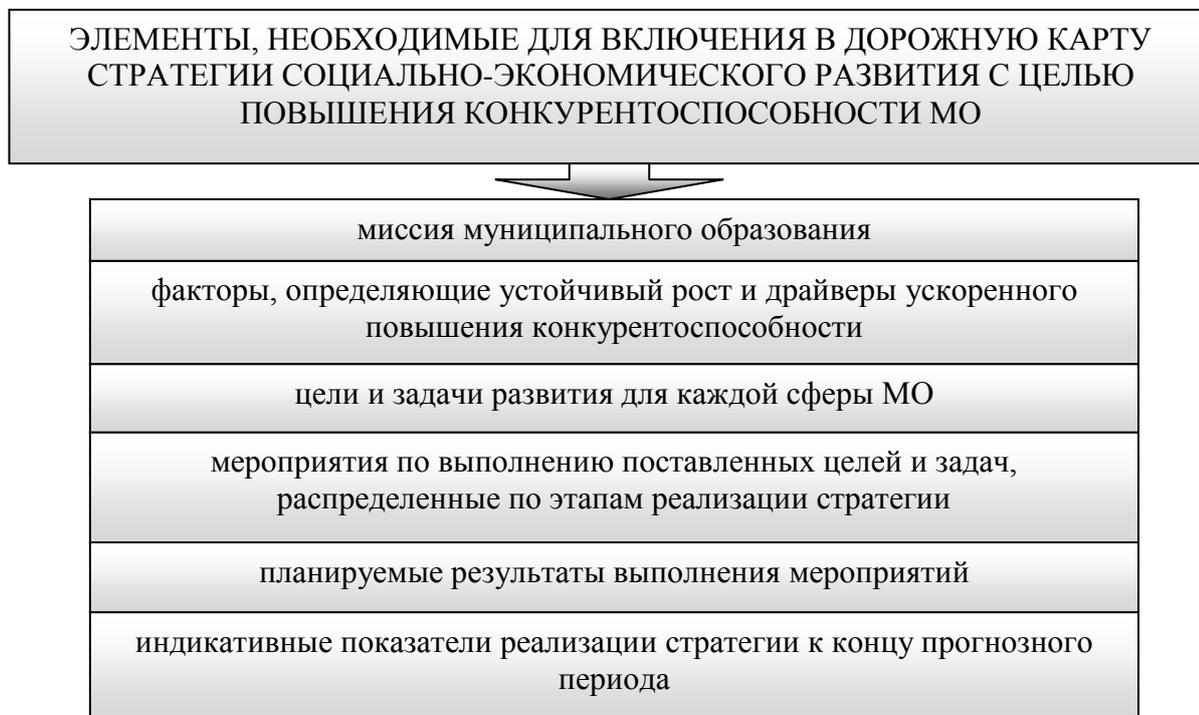


Рис. 1. Элементы, необходимые для включения в дорожную карту стратегии СЭР с целью повышения конкурентоспособности МО

Как отмечает Е.К. Глушко, дорожная карта – это конкретизированный взгляд в будущее МО, который отражает целевые ориентиры желаемого, «критичные точки» происходящих изменений (этапы), приоритетные направления деятельности и поле задач, которые должны быть решены, а также необходимые управленческие решения, целевые исследования, разработки и т.п. [4, с. 49].

Приоритетные направления развития конкурентоспособности МО должны быть отражены в дорожных картах. Кроме этого, в них должны быть определены целевые ориентиры, а также инновационные проекты, направленные на модернизацию существующей структуры развития муниципалитета.

В рамках развития муниципалитета на основе дорожных карт разрабатываются интегрированные муниципальные программы отдельных направлений, которые чаще всего, являются наиболее «интересными» не только для органов власти, но и для населения. Среди таких направлений Г.С. Копыченко выделяет следующие: переустройство муниципального управления; экономическое развитие; качество жизни; формирование среды проживания [5].

Заключение. Таким образом, являясь универсальным инструментом реализации стратегии СЭР, с целью повышения конкурентоспособности МО, дорожные карты должны соответствовать, предъявляемым к ним требованиям: структуризации показателей; описанию всех элементов дерева целей и их свойств; анализу информационной базы; разработки критериев, характеризующих достижение поставленной цели, удовлетворяющих требованиям измеримости (количественно или качественно), полноты и минимальности.

При стратегическом управлении дорожная карта становится эффективным инструментом непосредственного перехода от представления о конкретной управленческой ситуации и возможных путях достижения цели к конкретным шагам по ее реализации.

Список литературы

1. Krugman P. Making sense of the competitiveness debate / P. Krugman // Oxford review of Economic policy. – 1996. – № 12. – С. 17-25.
2. Porter M. E. The competitive advantage of nations / M. E. Porter. – Basingstoke: The Macmillan Press Ltd, 1990. – 855 p.
3. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами АА 1000 SES. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bstudy.net/632661/ekonomika/rabota_steykholderami_standart_vzaimodeystviya_zainteresovannymi_storonami_1000 (дата обращения: 01.10.2020).
4. Глушко Е. К. Дорожные карты / Е. К. Глушко // Копирайт. – 2013. – № 4. – С. 45-55.
5. Копыченко Галина Сергеевна. Управление конкурентоспособностью муниципальных образований : диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Копыченко Галина Сергеевна. – Москва, 2015. – 232 с.

ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГИИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Кузьменко Р.В., канд. экон. наук, доц.,

Бечвая И.Е.

ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР

timasav4enko@gmail.com

Введение. В современных зарубежных экономических исследованиях форсайт-технологии относятся к важнейшим инструментам определения перспективных направлений развития. С пониманием предвидения будущего экономики непосредственно связано успешное решение задач по регулированию развития инновационного потенциала в Донецкой Народной Республике. В особых условиях социально-экономического развития это приобретает особую актуальность. Цель работы состоит в исследовании особенностей применения форсайт-технологий в инновационном развитии Республики.

Основная часть. В современной литературе общепризнанным является определение форсайта, данное американским экспертом Б. Мартином. По его мнению, форсайт (англ. foresight – видение будущего) представляется как метод, технология, процесс систематических попыток заглянуть в отдаленное будущее науки, технологии, экономики и общества на основе масштабного опроса экспертов с целью установления тех сфер стратегических исследований и технологий, которые более вероятно смогут обеспечить максимальные экономические и социальные выгоды.

Методический инструментарий форсайта включает в себя как традиционные методы прогнозирования, анализа и формирования идей, так и новые креативные методы. Например, российские исследователи Н.Я. Калюжнова и Е.В. Верхотурова предлагают разделить их на четыре группы: прогнозные, аналитические, креативные, коммуникационные [1]. Чаще всего используются метод Дельфи, SWOT-анализ, анализ информационных потоков, методика фокус-групп, сценарное планирование. Неотъемлемым элементом форсайта является масштабный опрос экспертов. Так, японский национальный форсайт вовлекает в себя тысячи квалифицированных экспертов, в европейских странах нижней границей считается сотня участников, а в Китае – несколько тысяч [2].

Российские ученые В.И. Соловьев, А.Н. Бессонов и А.А. Соболев обращают внимание на то, что форсайт ориентирован не только на установление возможных альтернатив, но и на выбор наиболее предпочтительных из них с учетом разнообразных критериев. Форсайт основывается на том, что достижение «желательного» варианта в будущем

зависит от осуществляемых действий сегодня, поэтому выбор вариантов сопровождается разработкой соответствующих мер, обеспечивающих оптимальный вектор инновационного развития [3].

Исследователь К.В. Щербаков утверждает, что в современных экономических условиях, эффективной моделью быстрого роста является сценарий стратегического развития, ориентированный на развитие приоритетных отраслей экономики для продвижения высокотехнологичной продукции и осуществления инвестиционных проектов. Технологический толчок или давление рыночного спроса являются главными источниками инновационной деятельности, включающей в себя сферу разработки и практического освоения нововведений, прогрессивные подходы к организации информационных и любых других видов услуг, маркетинговые исследования рынков сбыта товаров и их потребительских свойств. В связи с этим, формирование инновационной системы, способной к саморазвитию, объясняет ключевую роль планирования и прогнозирования [5].

С учетом объективных тенденций развития экономики Донецкой Народной Республики рациональной представляется модель развития инновационной системы с применением форсайт-технологий, основанная на мобилизации собственного научно-технического потенциала с использованием иностранных инвестиций и технологий. В отличие от государств с развитой экономикой, где инновационная составляющая органически встроена в процесс расширения воспроизводства, в ДНР она находится только на этапе формирования, и грамотное прогнозирование как фактор экономического роста пока используется недостаточно.

К основным причинам низких темпов инновационного развития Донецкой Народной Республики в настоящее время относятся:

- 1) недостаточность объема финансовых ресурсов для осуществления инновационной деятельности;
- 2) обособленность деятельности существующих предприятий инновационной направленности, в результате чего усложняется достижение синергетического эффекта совместной деятельности с целью повышения инновационной составляющей экономики Республики;
- 3) слабое развитие основных элементов инновационной системы.

В современных условиях форсайт также позиционируется как механизм согласования конкретных интересов обособленных групп населения: первая группа – потребители либо общественная группа граждан, которая представляет их мнение; вторая группа – ученые; третья – политики. Поэтому сущность форсайта заключается в формировании слаженного механизма согласования интересов всех общественных слоев государства [5].

Формирование в Донецкой Народной Республике качественно новой практики прогнозирования развития обеспечит существенное усиление

позиций государства во внешней политике. Современная конкурентная борьба разворачивается на основе основных форматов будущего: новых финансово-экономического и военно-политического порядков; стратегий развития глобальных сфер деятельности; перспектив трансформации макрорегионов (ЕС, ЮВА, ШОС, АТР) [4]. В связи с этим, возможности Донецкой Народной Республики в конкурентной борьбе должны определяться с учетом роста эффективности стратегий развития и форсайта.

Форсайт должен быть встроен в систему управления Республикой. Его технология, включающая обширный перечень методов и технологий, достаточно многогранна. Основная его идея заключается в определении важных в международном масштабе стратегических направлений развития науки, технологии, экономики, социальной сферы в последующие 15-20 лет. Знание стратегических перспектив позволит сосредоточить усилия и ресурсы для организации качественного «прорыва» в ключевых областях. Главной проблемой развития форсайт-исследований в Донецкой Народной Республике является проблема кадров. Для проведения форсайта должна быть создана определенная критическая масса специалистов по множеству направлений.

Заключение. Успешное формирование и эффективное развитие инновационной экономики в Донецкой Народной Республике должно происходить при условии роста эффективности стратегического прогнозирования и форсайта, привлечения передовых достижений науки, техники и технологий, включающих как конкурентоспособные отечественные разработки, так и иностранные изобретения в случае большей эффективности их применения по сравнению с отечественными возможностями науки и техники.

Список литературы

1. Калюжнова Н.Я. Форсайт-технология как инструмент прогнозирования инновационного развития регионов / Н.Я. Калюжнова, Е.В. Верхотурова // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 6-5. – С. 1196-1203.
2. Куренков П.В. Применение форсайт-технологий в управлении транспортным комплексом / П.В. Куренков, М.А. Нехаев, Н.В. Мойсевич // *Вестник транспорта*. – 2012. – № 3. – С. 36-44.
3. Соловьев В.И. Форсайт: история, методология, актуальность и перспективы в России / В.И. Соловьев, А.Н. Бессонов, А.А. Соболев // *Гуманитарные науки и образование в Сибири*. – 2014. – № 1 (13). – С. 153-162.
4. Ушвицкий Л.И. Управление инновационным развитием национальной экономики / Л.И. Ушвицкий, А.А. Тер-Григорьянц // *Вестник Северо-Кавказского федерального университета*. – 2015. – № 2 (47). – С. 185-192.
5. Щербаков К.В. Форсайт-технологии в прогнозировании развития регионов / К.В. Щербаков // *Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки*. – 2018. – № 3-1. – С. 100-110.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ДИСБАЛАНСЫ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Маковецкий М.Ю., канд. экон. наук, доц.
ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
mmakov@mail.ru

Введение. Одной из наиболее острых и актуальных проблем, стоящих в современных условиях перед Российской Федерацией, является нарастание межрегионального неравенства в развитии ее регионов. Это делает особенно значимым исследование современного состояния, факторов и условий социально-экономической динамики удаленных от центра регионов Российской Федерации, выявления основных причин текущего их депрессивного положения и возможных траекторий дальнейшего развития.

Основная часть. В современных условиях неравномерность стала типичной характеристикой развития социально-экономических систем самого различного уровня. Это касается отдельных стран и регионов, хозяйствующих субъектов и отдельных людей. На глобальном уровне для сформировавшейся к настоящему времени системы экономических отношений характерен резкий разрыв в уровне экономического развития и степени влияния на окружающее пространство между странами «центра», «полупериферии» и «периферии».

В свою очередь, резкие различия в уровне развития характерны также для региональных центров и периферии. Усиление межрегионального неравенства может выступить мощным фактором нарастания нестабильности, снижению уровня и ухудшению качества жизни людей в депрессивных регионах, утративших былую привлекательность для развития бизнеса и обитания в них жителей, а в конечном итоге – угрозой национальной (в том числе экономической) безопасности Российской Федерации.

Основной целью проводимого исследования является определение наиболее существенных факторов и условий неравномерности социально-экономического развития регионов Российской Федерации, обуславливающих кризисное состояние подавляющего большинства из них, а также возможных направлений разработки и реализации государственной региональной политики, направленных на преодоление межрегионального неравенства и явного дисбаланса в их ресурсном обеспечении.

Действующее законодательство Российской Федерации, конечно, не содержит терминов «центр» и «периферия», наоборот, согласно Конституции Российской Федерации, наша страна состоит из абсолютно

равноправных субъектов [1]. Конечно, в юридическом смысле все они абсолютно равны. Однако закрепленное в Основном законе юридическое равноправие отнюдь не означает и не гарантирует, что все без исключения регионы нашей страны развиваются одинаково успешно. В данном случае сказывается множество других – объективных и субъективных – факторов, влияющих на существование совершенно разных условий для жизни людей, что в конечном итоге обуславливает колоссальный дисбаланс в развитии регионов страны.

В настоящее время рядом авторов развивается тезис об изменении характера взаимоотношений между центром и периферийными регионами внутри страны. Ими справедливо отмечается, что «импульсы развития достигают лишь ближайшей периферии, а слабая связанность пространства делает практически невозможной передачу импульсов на дальнюю периферию, для которой характерна более высокая, по сравнению с региональным центром, изношенность инфраструктуры и истощенность человеческого капитала» [2].

Для выявления причин неравномерности социально-экономического развития регионов следует иметь в виду некоторые глобальные тенденции нашего времени, которые позволяют понять и объяснить, почему одни субъекты оказываются богатыми и успешными, демонстрируют положительную динамику, а другие – обречены пребывать в устойчивом депрессивном состоянии и владеть нищенское существование [3].

Во-первых, в условиях современной экономической системы происходит постоянное снижение значимости и ценности собственно трудового фактора в классическом его понимании. В результате подобной «девальвации трудового ресурса» наблюдается ослабление взаимосвязи между непосредственной реализацией трудовой функции (затратами умственных и физических сил) и размером вознаграждения, получаемого за труд. Еще более мощный удар по ориентированной на долгий и упорный труд модели поведения российских граждан нанесла так называемая «пенсионная реформа», по существу, ставшая еще одним способом «честного» отъема денег у населения государством.

Внесенные в 2020 году на волне масштабного «перетряхивания» Конституции Российской Федерации и «дружно проголосованные» не искушенным в «политических загогулинах» российским народом две поправки, вроде бы как призванные защищать труд и обеспечивать уважение к трудящимся, а также гарантировать достойные пенсии и социальное обеспечение, в действительности ничего в этом смысле не меняют и носят исключительно декларативный и популистский характер.

Во-вторых, набирает обороты тенденция к усилению роли капитала как фактора роста богатства (благополучия) отдельных лиц, регионов, государств, иначе говоря, происходит финансация экономических отношений. Отсюда опять-таки становится понятным, что в результате

долгого и упорного труда уже невозможно обеспечить себе достойные условия для жизни в современном мире.

В-третьих, происходит дальнейшее усиление неравенства – неравномерности в распределении доходов в обществе. Данная тенденция – результат действия объективного экономического закона, а именно – закона капиталистического накопления, сформулированного еще в позапрошлом веке К. Марксом. Однако если в промышленно развитых странах нарастающий вследствие обозначенной тенденции дисбаланс успешно нейтрализуется государством (в частности, с использованием инструментария налоговой политики), то в Российской Федерации в этом направлении не делается, по сути, ничего.

В-четвертых, еще одним элементом объективной реальности нашего времени стал процесс цифровизации. Как и любое нововведение, цифровая экономика несет не только позитивное влияние, но и очевидные угрозы, вызовы для развития общества, одной из которых является угроза сокращения большого количества рабочих мест [4].

Заключение. Приведенные выше размышления и обозначенные закономерности позволяют нам сделать вывод об откровенном провале политики федеральных властей по отношению к регионам. Поэтому и в дальнейшем в Российской Федерации продолжится реализация стратегии «каскадной миграции» (проще говоря, бегства), всех видов экономических ресурсов (финансовых, трудовых и др.) в направлении от «устойчиво застойных», депрессивных и бесперспективных регионов в сторону более или менее успешных (стабильных) в социально-экономическом плане.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020 // СПС КонсультантПлюс.
2. Казанцева Е. Г. Проблемы регионального неравенства в России / Е. Г. Казанцева // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – URL: <https://eee-region.ru/article/5804> (дата обращения: 01.10.2020).
3. Маковецкий М. Ю. Деградация регионов Сибири в контексте современных социально-экономических процессов в России / М. Ю. Маковецкий, К. А. Воропаев // Социально-экономические проблемы и перспективы развития трудовых отношений в инновационной экономике. – Омск, 2019. – С. 64–71.
4. Ахметова Г. З. Проблемы и перспективы развития цифровой экономики в Российской Федерации / Г. З. Ахметова, М. Ю. Маковецкий, Д. В. Рудаков // Управленческий и сервисный потенциал цифровой экономики: проблемы и перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции. – Омск, 2020. – С. 17–20.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Маковецкий М.Ю., канд. экон. наук, доц.,

Ковалев И.Ю.

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ

mmakov@mail.ru

Введение. Основным критерием успешности ведения любой хозяйственной, в том числе производственной, деятельности традиционно считается эффективность. Эффективность производства – важнейший показатель экономической деятельности, уровня и качества технического оснащения, а также квалификации трудовых ресурсов, участвующих в производстве. Повышение эффективности производства выступает приоритетной хозяйственной задачей, весомо влияющей на реальное экономическое положение любого предприятия и перспективы его развития. В связи с этим целью исследования является анализ динамики инновационной деятельности, факторов и условий, воздействующих на инновационную активность в современных условиях в Российской Федерации. Основной акцент делается на целесообразности использования инноваций как необходимого инструмента управления производством и повышения его эффективности и конкурентоспособности.

Основная часть. Наиболее значимым фактором укрепления конкурентоспособности предприятий в современных экономических реалиях является их инновационная деятельность. Именно инновации и инновационная деятельность становятся неотъемлемым атрибутом любого экономического процесса, оказывают наиболее существенное воздействие на деятельность любого хозяйствующего субъекта, ее эффективность и результативность, независимо от масштабов его бизнеса, отраслевой принадлежности, формы собственности. Сегодня становится понятным то, что устойчивое развитие производства зависит не только и не столько от имеющихся ресурсов, сколько от его соответствия тем кардинальным переменам, новым трендам, которые вызваны «взрывом» новшеств в области техники и технологий.

На сегодняшний день общество уже функционирует в условиях так называемой четвертой промышленной революции – «Индустрии 4.0», основу которой и составляет цифровое производство. При этом цифровые технологии становятся одним из главных инструментов укрепления конкурентных преимуществ [1].

К сожалению, в Российской Федерации внедрение тех же самых цифровых технологий происходит с существенным отставанием от

промышленно развитых стран. При этом нередко возникают негативные последствия от их внедрения и «обнуляется» положительный эффект перехода экономики в «цифровой формат» ее функционирования. Основными причинами этого являются недостаточная квалификация российских менеджеров, высокая коррупция во власти, авторитарный режим и укрепившаяся за последние десятилетия модель государственно-олигархического капитализма в Российской Федерации [2].

Как показывают результаты проведенных теоретических изысканий и многочисленных прикладных исследований, инновационно ориентированный формат экономического развития признается наиболее эффективным и определяющим реальную экономическую мощь любой страны. Определение приоритетных факторов конкурентоспособности имеет существенное значение для формирования инновационной модели экономики. В нынешних реалиях, когда все большую роль играет конкуренция, усиливается значимость использования инноваций как ключевого фактора повышения эффективности, результативности, конкурентоспособности хозяйствующих субъектов.

Инновационная деятельность осуществляется разными предприятиями и организациями в различных отраслях и сферах экономики, причем для некоторых из них осуществление активной инновационной деятельности жизненно необходимо. Ярким примером будет предоставление услуг сотовой связи, где регулярно, примерно каждый пять лет, появляется новая технология передачи сигнала. Известно, что уже тестируется технология 6G, хотя еще не везде распространены сети 3G, не говоря уже о 4G и 5G. Если предприятия сотовой связи не будут использовать новые технологии, их абоненты просто уйдут к конкурентам, которые способны предложить более качественные и быстрые сервисы (технологии).

В развитие обозначенного тезиса, как пример, можно представить промышленное предприятие, которое, используя некую новую технологию, может произвести продукцию с гораздо меньшими затратами, либо произвести продукцию за относительно меньший промежуток времени, либо, как еще один вариант, произвести продукцию более высокого качества. Именно поэтому в современных условиях должен происходить процесс формирования слоя стратегически, креативно, инновационно мыслящих людей, способных создавать и реализовывать целостную инновационную инфраструктуру страны. При этом успех во многом зависит от наличия и уровня квалификации специалистов, соответствующих «цифровой реальности» [3].

В значительной степени на динамику инновационной деятельности повлияли неблагоприятные процессы в социально-экономической и общественно-политической сферах, в том числе вследствие введения санкций в отношении Российской Федерации со стороны целого ряда

западных санкций. Сохранение воздействия этих факторов и присоединение к ним новых, в том числе последствий не прекращающейся до настоящего времени «коронавирусной эпопеи», объективно снижают инновационную активность подавляющего большинства хозяйствующих субъектов, ухудшают параметры воспроизводственного процесса и общие перспективы положительной социально-экономической динамики.

Наряду с воздействием комплекса системных факторов представляется необходимым отдельно исследовать состояние существующих управленческих систем, поскольку во многих отечественных организациях они не только не способствуют, но и резко тормозят инновационные процессы или даже полностью блокируют их. Становится очевидным, что при управлении инновациями менеджеры больше не могут использовать прежние управленческие концепции и подходы, не вполне применимые в новых условиях, а потому они вынуждены разрабатывать и применять новые подходы к управлению, адекватные новым трендам развития в экономике, финансах, управлении.

Заключение. Резюмируя все изложенное выше, можно сделать следующие выводы. На функционировании экономических систем самых разных уровней все сильнее сказывается влияние новых трендов. Главной особенностью нового этапа социально-экономического развития является не только постоянный поток инноваций, но и резкое ускорение изменений во всех областях (сферах) жизни современного общества. Поэтому значимым фактором укрепления конкурентоспособности предприятий в современных экономических реалиях является их инновационная деятельность. Вместе с тем инновационные процессы во многих организациях в Российской Федерации протекают слишком инерционно, недостаточно эффективно.

Список литературы

1. Маковецкий М. Ю. Современные тенденции развития экономики и управления в условиях цифровизации / М. Ю. Маковецкий, А. Ю. Рячкин // Двадцать шестые Апрельские экономические чтения: материалы всероссийской научно-практической конференции, 14 апреля 2020 г. / Под ред. д.э.н., доцента В.А. Ковалева и д.э.н., проф. А.И. Ковалева. – Омск, 2020. – С. 126–132.
2. Рудаков Д. В. Российская цифровизация экономики как способ управления через «выученную беспомощность» / Д. В. Рудаков, М. Ю. Маковецкий, Г. З. Ахметова, Т. Г. Рудакова // Управленческий и сервисный потенциал цифровой экономики: проблемы и перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции. – Омск, 2020. – С. 106–110.
3. Ахметова Г. З. Особенности подготовки кадров для цифровой экономики // Экономика, менеджмент и сервис: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Омск, 2019. – С. 77–80.

ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Маковецкий С.А., канд. экон. наук,

Замиралов Д.А.

ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР

ups.dn@maul.ru

Введение. Тарифная политика как один из инструментов развития экономики государства представляет особый исследовательский интерес. Несмотря на сложные условия военного времени в Донецкой Народной Республике уровень тарифов достаточно устойчив. В связи с этим представляется важным изучения механизма регулирования тарифной политики в ДНР как инструмента экономической безопасности промышленных предприятий. В настоящий момент исследование тарифной политики является актуальным и необходимыми для внесения соответствующих изменений и дополнений в законодательство ДНР, что позволит сделать его максимально адаптированным к современным экономическим и социальным условиям.

Основная часть. Экономика ДНР в целом нуждается в максимально возможной стабилизации и развитии, поскольку многие отрасли экономики пострадали в условиях военного времени. Важнейшим условием стабильного развития каждой из отраслей экономики государства является экономически обоснованный уровень тарифов, позволяющий полностью компенсировать издержки производства в той или иной сфере и финансировать программы дальнейшего ее развития. Вопросы тарифной политики оказывают существенное влияние на развитие, как предприятий, так и экономики в целом. Следовательно, развитие экономики и, следовательно, экономической безопасности не может происходить эффективно без обоснованного расчета уровня тарифов. Тарифы представляют собой особый вид цен на услуги транспорта, связи, на тепловую, электрическую энергию и т.п. Размер тарифов в целом определяется исходя из общих принципов ценообразования.

Согласно п. 1.3 гл. 1 «Порядка регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики» ценообразование – формирование цены (тарифа) – представляет собой механизм определения уровня цены товара или тарифа услуги [3].

Тарифная политика осуществляется преимущественно путем установления обязательных для применения фиксированных цен (тарифов). В Донецкой Народной Республике расчет тарифов базируется на экономических критериях, но с обязательной поправкой на социальные вопросы. Через сохранение уровня тарифов выражается, в первую очередь, социальная защита граждан государства.

Несмотря на то, что работа над тарифами происходит только при взаимодействии различных государственных структур и коммунальных предприятий, основным ее регулятором выступает Республиканская служба по тарифам ДНР. Республиканская служба по тарифам ДНР – орган исполнительной власти Донецкой Народной Республики в сфере государственного регулирования тарифов.

Основной метод регулирования тарифов – это метод экономически обоснованных затрат. При этом полученные экономические показатели в обязательном порядке должны соотноситься с социальными факторами. Соответственно, тарифы должны быть сопоставимы с доходами людей в государстве. Для того чтобы сохранять этот баланс Республиканская служба по тарифам ДНР занимается, в том числе и поиском путей экономии для снижения затрат. Применяется еще один метод расчета – сравнение аналогов. Он используется, если ввиду обстоятельств, как правило, связанных с боевыми действиями в нашем государстве, нет возможности в полном объеме производить необходимые расчеты. [2]

Для успешной реализации государственной тарифной политики необходимо руководствоваться критериями эффективности.

По мнению Ситниковой О.В. в основе государственной тарифной политики должен лежать социально-ориентированный подход, поскольку только так государство может обеспечивать социальную стабильность и экономический рост в условиях социально-ориентированной экономики [4, с. 104]. Анализ зарубежной практики показывает, что в большинстве европейских государств правительства таким образом регулируют тарифы, чтобы обеспечить определенное равенство и эффективность в каждой отдельной сфере. Тарифы составлены таким образом, чтобы цены на услуги были умеренными и приносили доход для частичного и полного покрытия всех расходов [5, с. 315].

Тариф должен обеспечивать возможность накопления у предприятия средств для финансирования и развития его деятельности. При несбалансированности цен на определенные услуги, причем как при заниженном, и при завышенном уровнях тарифа, происходит прогрессирующее ухудшение состояния предприятий. Кроме того, ухудшается качество предоставляемых потребителям услуг и уровень благосостояния населения [6, с. 185].

В связи с вышеизложенным, можно заключить, что для развития экономики Донецкой Народной Республики, необходимо закрепление на законодательном уровне принципа сбалансированности тарифов. Только при абсолютном исполнении данного принципа во всех сферах осуществления тарифной политики нашего государства возможно обеспечить развитие экономики. Тариф, кроме возмещения затрат, связанных с оказанием услуг, должен обеспечивать процесс расширенного воспроизводства и обновления основных фондов, то есть содержать в себе

инвестиционную составляющую [2, с. 118]. Для экономического развития система тарифного регулирования должна обеспечивать прогнозируемость и предсказуемость изменения тарифов. Тарифы должны быть фиксированными в течение финансового года.

Выводы. Таким образом, тарифную политику Донецкой Народной Республики в настоящее время можно охарактеризовать как социально ориентированную. Деятельность государственных органов в различных сферах тарифной политики направлена на минимизацию их роста в большинстве отраслей. Для развития экономики Донецкой Народной Республики необходимо закрепление на законодательном уровне принципа сбалансированности тарифов. Только при абсолютном исполнении данного принципа во всех сферах осуществления тарифной политики нашего государства возможно обеспечить эффективное развитие экономики. Совершенствование тарифной политики в Донецкой Народной Республике должно осуществляться в соответствии с себестоимостью услуг и учетом инфляционных процессов в экономике. Можно заключить, что роль тарифной политики в экономическом развитии Донецкой Народной Республики заключается в том, что экономически обусловленный уровень тарифов позволяет компенсировать издержки производства в той или иной сфере и финансировать программы дальнейшего развития.

Список литературы

1. Леванович И. В. Методологические основы формирования финансового механизма тарифной политики в сфере ЖКХ. Вестник Оренбургского государственного университета, 2008. – № 10. – С. 114-120.
2. Маковецкий С. А. Методология инновационно-экологического развития предприятий / С. А. Маковецкий // Вестник Нижегородского государственного инженерно-экономического университета. Серия: Экономика и управление народным хозяйством. – 2020. – № 9(112). – С. 85–98.
3. Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики // утвержден Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 03.06.2015. – № 10-41.
4. Ситникова О.В. Государственная тарифная политика территориальных энергетических систем в социально-ориентированной экономике : дис. ... канд. экономич. наук: 08.00.05. – Барнаул, 2011. – 155 с.
5. Ходарев А.С. Роль тарифной политики в повышении эффективности инвестиционно-финансового механизма управления развитием сферы водоснабжения и водоотведения региона // Terra Economicus. – 2008. – № 3. – С. 315-318.
6. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2019. – 260 с.

РАЦИОНАЛЬНАЯ ХИМИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Мартынушкин А.Б., канд. экон. наук, доц.
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет
имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
martinyshkin@mail.ru

Введение. Исследования мирового и отечественного опыта развития сельскохозяйственного производства указывает на то, что одним из наиболее важных направлений его интенсификации и повышения эффективности ведения отрасли в целом является химизация земледелия. Применение минеральных удобрений и мелиорантов остается наиболее эффективным средством сохранения и повышения почвенного плодородия, а применение пестицидов позволяет поддерживать благоприятное фитосанитарное состояние экосистем [1].

Основная часть. В последние годы можно говорить о положительной динамике спроса на минеральные удобрения. По данным Российской ассоциации производителей удобрений (РАПУ) в 2019 г., потребление отечественными сельхозпроизводителями минеральных удобрений стало рекордным за прошедшие два десятилетия и составило 3,5 млн. т д.в. Наиболее высокий рост на внутреннем рынке в I квартале 2019 г. показывали карбамид-аммиачная смесь (+36 %), концентрированные фосфорные (+32 %) и комплексные (+22 %) удобрения. Крупнейшими поставщиками на внутреннем рынке являются «Фосагро», «Еврохим», «Уралхим», «Акрон» и «Куйбышевазот». «Фосагро» нарастила поставки минеральных удобрений российским аграриям на 7,6 % до 3,16 млн. т, реализация продукции, выпущенной компанией, составила 2,69 млн. т по итогам 2019 г. Компании «Еврохим» и «Уралхим» – лидеры по производству аммиачной селитры – поставили сельхозпроизводителям на внутренний рынок 940 тыс. т и 930 тыс. т удобрения по сравнению с 850 тыс. т и 710 тыс. т в 2018 г. соответственно. Факторами роста внутреннего потребления стали государственная политика по поддержке аграриев, а также повышение платежеспособности сельскохозяйственных производителей на фоне благоприятной конъюнктуры рынков сельскохозяйственной продукции [3].

Повышение объемов потребления минеральных удобрений в РФ наглядно показывают данные об объемах внесения минеральных удобрений на единицу площади, которые составили по итогам 2018 г. – 56 кг/га. Внесение минеральных удобрений на один гектар посева с 2010 г., выросло на 47 %. На фоне роста посевных площадей, увеличившихся за

рассматриваемый период на 4,7 млн. га, выросла также удобряемая площадь с 42 % в 2010 г. до 59 % в 2018 г. от общей посевной площади [4].

Наиболее удобряемыми (из расчета на 1 га посева) являются картофель – 392 кг, сахарная свекла – 305 кг и овощебахчевые культуры – 187 кг. Традиционно основными регионами потребителей минеральных удобрений, остаются Краснодарский и Ставропольский край, Ростовская, Курская и Воронежская области. Наиболее значительный рост внесения минеральных удобрений в 2018 г. показали Чеченская республика, Республика Алтай, Смоленская и Кемеровская области.

Структура рынка удобрений остается стабильной: порядка 60 % – азотные удобрения, 35 % – фосфорсодержащие удобрения и NPK, 5 % – калийные и другие виды удобрений. Популярным удобрением на российском рынке остается аммиачная селитра, по итогам 2019 года ее потребление выросло до 4,3 млн. т. Наибольший рост на внутреннем рынке показали карбамидо-аммиачная смесь (КАС) – 740 тыс. т/год (48 %) и известково-аммиачной селитра (ИАС) - 144 тыс. т/год (197 %). Аммиачная селитра остается наиболее доступным и дешевым удобрением. Наметилась тенденция роста спроса на комплексные удобрения, однако ввиду более высокой стоимости их рынок более чувствителен к росту цен, и тенденция роста остается неустойчивой [5].

Рост цен на большинство видов удобрений в 2015 г., составивший 30-50 % в зависимости от вида, закончился в 2016 г., и со II квартала проявилась нисходящая динамика, продолжившаяся до 2018 г. и оказавшая, в том числе, влияние на рост их закупок сельскохозяйственными производителями. В 2018 г. под влиянием удешевления рубля и общемирового роста цен, удобрения начали значительно дорожать, в связи с чем Министерством сельского хозяйства и ключевыми поставщиками было принято решение о заморозке цен в целях снижения нагрузки на аграриев и предоставлении льготных краткосрочных кредитов [6]. В начале 2019 г. по ряду позиций рост цен составил 14 %, однако по основным категориям удобрений, цены сохранялись ниже экспортных на 6–26 %.

Другим способом поддержания почвенного плодородия, повышения эффективности сельскохозяйственного производства, а также улучшения структуры почвы и накопления запасов влаги в почве является применение органических удобрений. Объем внесения органических удобрений сельскохозяйственными предприятиями в России в 2019 г. составил 68 834 тыс. т, что на 3 % больше, чем в 2017 г. Наибольший процент вносимых удобрений приходится на Белгородскую область – 14,3 %, Ставропольский край – 11,7 % и Воронежская область – 8,3 %. На зерновые и зернобобовые культуры (без кукурузы) приходилось – 43–46 %, на кормовые культуры – 27–29 % от общего объема вносимых органических удобрений в 2016–2018 гг. Внесение же на 1 га площади остается низким, в том числе из-за сокращения количества машин для

внесения твердых органических удобрений в 4,8 раза, жидких – в 3,8 раза, поголовья КРС – в 1,5 раза, в том числе коров – в 1,6 раза с 2000 г. по 2017 гг., достиг значения в 225,9 тыс. т. Такой рост во многом был обусловлен ростом посевных площадей сельскохозяйственных культур: площадь земель под зерновыми и зернобобовыми увеличилась с 46,6 до 47,7 млн. га, сахарной свеклой – с 1,02 до 1,2 млн. га за 2015-2017 гг. Получение рекордных за последние годы урожаев: 135,4 млн. т. зерновых, 51,9 млн. т. сахарной свеклы, 3,6 млн. т. сои, соответственно привело к переизбытку продукции на рынке и сокращению площадей под ними в 2018 г. Данный факт оказал влияние на объем потребляемых средств защиты растений, он составил 207,6 млн. т.

При всем многообразии защитных средств, традиционным лидером остаются гербициды, на которые в 2018 г. пришлось более 55,5 % общего объема. Во многом это обусловлено большими объемами пахотных земель, которые наиболее эффективно обрабатывать от сорной растительности не агротехническим, а химическим методом. На втором месте фунгициды – 19,5 %, далее следуют инсектициды – 7,8 %.

В целом по рынку, по данным Российского союза производителей химических СЗР, объемы потребления пестицидов растут ежегодно на 6-8 %, и такой тренд будет поддерживаться, пока российское сельское хозяйство не достигнет соответствующего уровня эффективности, что подтверждается данными ежегодного роста продаж основных участников рынка: Bayer – 7.4 %, Щелково Агрохим – 13 %, Syngenta – 7 %.

Заключение. Применение минеральных удобрений и мелиорантов остается наиболее эффективным средством сохранения и повышения почвенного плодородия. С 2013 года начался постепенный рост количества вносимых удобрений, обрабатываемых земель, применяемых пестицидов.

Список литературы

1. Мартынушкин А.Б. Методические указания для выполнения практических заданий и индивидуальной работы по дисциплине «Экономика отрасли» / А.Б. Мартынушкин, Ю.О. Лящук. – Рязань: РГАТУ, 2013. – 104 с.
2. Кострова Ю.Б. Проблемы развития рынка органической продукции в РФ / Ю.Б. Кострова, А.Б. Мартынушкин // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2020. – № 1 (60). – С. 252-255.
3. Мартынушкин А.Б. Меры государственной поддержки инновационных процессов в аграрном производстве / А.Б. Мартынушкин // Качество в производственных и социально-экономических системах: сборник научных трудов 8-й Международной научно-практической конф. – Курск: ЮЗГУ, 2020. – С. 277-281.
4. Лящук Ю.О. Экономика в сельскохозяйственном производстве: учебное пособие / Ю.О. Лящук, А.Б. Мартынушкин. – Рязань: РГАТУ, 2012. – 152 с.
5. Мартынушкин А.Б. Российский рынок органической продукции: проблемы формирования и пути их решения / А.Б. Мартынушкин, П.В. Мартынушкин // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2020. – № 2 (74). – С. 62-65.

К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ КОВОРКИНКОВЫХ ЗОН В ГОСТИНИЦАХ

Мачалкин С.Е., канд. экон. наук, доц.,

Морева С.Н., канд. пед. наук, доц.,

Плужников И.А., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, РФ
smachalkin@yahoo.com

Введение. Когда вы путешествуете по бизнесу, работа в отелях – это продолжение основной работы. Будь то забронированный конференц-зал, бизнес-лаундж, вестибюль или даже ваш собственный номер, отели всегда оборудовали для обслуживания деловых гостей на протяжении последних лет. Однако, запросы на создание условий для работы бизнес-туристов в гостиничных комплексах, в последние годы резко изменились. А вместе с этим изменились и ожидания от инфраструктуры бизнес услуг. За последние пять лет индустрия коворкинга выросла из модного движения креативного класса для технарей и миллениалов в основной вариант рабочего места для бизнес-туристов.

Основная часть. Современные гостиницы предлагают премиальные места для работы на территории отеля, специальные мероприятия для посетителей. Рабочие места, как и деловые поездки, в настоящее время пользуются спросом у всё более мобильных туристов, приезжающих с деловыми целями, стремящимися работать там, где и когда они хотят. За этот очень короткий промежуток времени коворкинг привлек миллиарды долларов институциональных инвестиций в гостиничный бизнес.

Работа в одиночестве в гостиничном номере или в шумном вестибюле больше не отвечает потребностям наших гостей, которые привыкли ожидать более высокого стандарта рабочего пространства, основанного на комфорте, обслуживании и эргономике.

Поэтому неудивительно, что все большее число отелей в настоящее время стремятся удовлетворить потребности современного делового гостя, предоставляя в своих отелях полностью оборудованные коворкинги. Конечно, «современный бизнес-гость» включает в себя от генеральных директоров, отделов продаж и участников конференций до независимых от местоположения фрилансеров и цифровых «маньяков».

В основе коворкинга лежит принцип открытого пространства (open space), полностью оборудованного офисной техникой и необходимой мебелью. Рабочие места в коворкингах сдают отдельным работникам на разные сроки – от одного часа до нескольких лет.

Функцию организатора таких площадок обычно берут на себя операторы, заключающие договоры с собственниками зданий. При этом

собственники и операторы могут выбирать для себя различные варианты сотрудничества: арендная модель, модель «совместного предприятия», управленческая модель, модель франшизы, владелец-оператор. Следовательно, форматы коворкингов могут быть самыми разнообразными. Кроме того, коворкинг может быть организован по принципу *lifestyle-проекта*. Ставка при этом будет сделана на баланс работы и личной жизни (оператор уделит большее внимание эргономике помещения, предусмотрев в нём, например, зоны отдыха). Члены таких коворкингов могут получать различные льготы, включая скидки в спортзалы, рестораны и т.д.

Существуют и более нестандартные форматы, например, коворкинги для спортсменов, геймеров, родителей с маленькими детьми и даже любителей тишины [1].

Ряд гостиничных брендов обновили свое рабочее пространство, предлагая создать более комфортное и продуктивное пространство, которое понравится как гостям, так и местным жителям. Можно отметить несколько отелей в мире с удачными примерами коворкинга:

Отель Schani Wien в Вене предлагает 10-дневный коворкинг – пропуск в свой вестибюль за сумму, эквивалентную примерно 100 долларам США.

Spacemize – это система паспортного стиля, которая позволяет предпринимателям работать в роскошных офисах на гибкой и экономически эффективной основе. В настоящее время к услугам гостей такие отели, как Dakota Deluxe Hotel в Лидсе, Andaz Liverpool Street, Crowne Plaza London (The City and Kensington), Megaro Hotel и Sheraton Park Lane Hotel.

Отель Virgin в Чикаго взимает ежемесячный членский взнос в клуб Virgin Commons Club.

Сеть Sheraton, реконструирует более 400 существующих вестибюлей, чтобы каждый из них был оснащен «столом производительности», который включает в себя розетки, USB-порты и съемные ящики.

Следовательно, коворкинг пользуется спросом, и отели уже имеют места и инфраструктуру обслуживания, чтобы удовлетворить потребности бизнес-гостей. Это позволяет владельцам отелей получать дополнительный доход и повышать ценность деловых гостей, тем самым повышая лояльность. Давайте разберёмся, почему эта дополнительная услуга становится так популярной среди наших бизнес-гостей и как она развивается?

Мы наблюдаем появление ряда различных моделей, таких как отель Schani Wien в Вене, который разработал свой собственный коворкинг. Затем есть Spacemize – сторонняя компания, которая заключила контракты с ключевыми отелями по всему Лондону и предлагает доступ к рабочим пространствам отелей наряду со скидками на номера и спа-услуги. Assor Hotels сотрудничает с оператором коворкинга Nextdoor и опробует коворкинг-пространство отеля в Париже. В случае успеха партнерство

нацелено на развертывание до 80 совместных рабочих пространств отелей к 2022 году [2].

Учитывая значительный вес гостиничной индустрии и ее заинтересованность в развитии данного направления бизнеса, может ли это вызвать проблемы для операторов коворкинга? На данный момент эта тенденция находится в зачаточном состоянии. В краткосрочной и среднесрочной перспективе мы ожидаем увидеть много инноваций, экспериментов и разнообразия на рынке.

В настоящее время, существует огромный спрос на коворкинг. Сектор гибких офисных помещений по всей Европе, который вырос более чем вдвое с 2014 года и будет расти до 30% в год в течение следующих лет. Коворкинг невероятно разнообразен, и мы видим так много инноваций, исходящих от поставщиков коворкинга. Именно это делает его таким интересным и захватывающим, и это, безусловно, будет продолжаться.

Для операторов коворкинга, как и для арендодателей и девелоперов недвижимости, существует потенциал для партнерства с гостиничными компаниями.

Сегодня, наибольший спрос на гостиничный коворкинг наблюдается в центре города, где проходит много посетителей. Следовательно, концентрация коворкингов, как правило, выше в центре города и транспортных узлах, что создает естественные возможности для экспериментов между владельцами отелей и поставщиками коворкингов, ищущими расширения бизнеса.

Заключение. Таким образом, индустрия коворкинга быстро развивается благодаря высокому спросу и притоку капитала. В будущем отели и коворкинги будут объединяться. Строительство современных отелей будет предполагать выделение как минимум одного этажа для коворкинга. Коворкинги будут брендироваться, и наиболее удачные создавать франшизы.

Список литературы

1. Портал о финансовых идеях [Электронный ресурс] // URL: <https://finfocus.today/kovorking-ofis-budushhego.html> (дата обращения 11.09.2020 г.).
2. Зоны для коворкинга становятся неотъемлемой частью отелей [Электронный ресурс] – URL: <http://prohotel.ru/news-217115/0/> (дата общения 17.09.2020 г.).

СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ

Морева С.Н., канд. пед. наук, доц.,

Мачалкин С.Е., канд. экон. наук, доц.,

Иванков А.А., канд. тех. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»,
г. Тамбов, РФ

moreva.sveta@yandex.ru

Введение. В современных условиях рыночного хозяйствования возрастает потребность людей в потреблении товаров и услуг, что обеспечивает развитие рынка, который представляет собой сложную систему, ориентированную на удовлетворение потребностей населения и направленную на повышение благосостояния людей. Основу рынка услуг составляет сфера сервиса, которая оказывает влияние на все стороны деятельности людей.

Основная часть. В научной и учебно-методической литературе можно встретить различные трактовки «сервисная деятельность», отображающие многогранную природу сервиса, с одной стороны – это практическая деятельность, в которую вовлечены специализированные структуры, производящие услуги и предлагающие воспользоваться ими на основе рыночного обмена. Другая сторона – потребители услуг, которые через рыночный обмен желают получить конкретные блага с учетом своих потребностей, как отмечает, Аванесова Г.А. неэкономические характеристики, связанные с интересами, эмоциями, ценностными ориентациями, психологией [1]. Следовательно, «сервис» рассматривается с позиции деятельности (материально-преобразовательной, познавательной, ценностно-ориентационной, коммуникативной), потребностей (их взаимосвязи с природными, экономическими и хозяйственными факторами, общественными структурами, моралью и культурными традициями), оказания услуг (производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные и др.). Руководствуется пониманием сервиса как взаимодействия человека с человеком, в результате чего возникают ценности, которые обеспечивают потребности человека и являются заключительной стадией сервисной деятельности. Кроме этого, сфера сервисной деятельности бифункциональна.

В понимании сущности сервисной деятельности существенное значение приобретают понятия «сервис», «услуга», «потребность», «деятельность». Определение термина «обслуживание» также раскрывается автором Ж.А. Романович: «Это деятельность исполнителя услуги, проходящая при непосредственном контакте с потребителем. Процесс

обслуживания обеспечивается средствами производства и персоналом сервисного предприятия. Обслуживание включает анализ заказа потребителя, разработку проектов оказания услуг (технических заданий и процесса оказания услуги), поиск компромиссных решений в условиях многовариантности способов оказания услуг, установление и обеспечение необходимого качества услуги, согласование, оформление и доведение услуги до потребителя» [2]. Следовательно, услуги предоставляются в процессе обслуживания и включают следующие элементы: наличие необходимых ресурсов, технологию процесса обслуживания, контроль и оценку качества, процесс обслуживания. Важным аспектом сервисной деятельности является ее возможность удовлетворять разнообразные потребности людей и общества. На сегодняшний день значительно возросли требования к качеству предоставления услуг и к культуре сервиса, формирования потребительской лояльности, параметры, которой строго индивидуальны и зависят от самой компании, ее вида бизнеса, но примерно результаты могут выглядеть так: увеличение средней суммы покупки на 40 %; увеличение частоты покупок в два раза. Основные цели формирования лояльности: создание круга постоянных, лояльных клиентов. Программа лояльности поможет предприятию сформировать свой круг лояльных покупателей; увеличение частоты приобретения фитнес-услуг. Благодаря постоянному напоминанию и информированию о предприятии происходит увеличение частоты покупок; увеличение суммы покупок. Постоянный клиент тратит больше, чем обычный, средний чек такого клиента на 20-40% больше; уменьшение оттока клиентов. Благодаря программе лояльности можно выяснить отношение клиентов к предприятию и принять мер по устранению недостатков, таким образом, уменьшая отток клиентов; привлечение новых клиентов. Вознаграждение, предлагаемое за приобретение услуги, и, самое главное, информация, постоянно распространяемая среди клиентов, может привлечь новых гостей.

Заключение. Таким образом, сервисную деятельность необходимо рассматривать комплексно, исходя из сущностных характеристик, которые выражаются в ключевых понятиях: услуга, потребность, деятельность. В современном мире сфера услуг все больше становится неотъемлемой частью нашей жизни и в сфере сервиса в РФ происходят значительные перемены, учитывая преобразования в экономике России, изменились взгляды на значение сервиса в обществе и в жизни людей.

Список литературы

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность [Текст]: учеб. пособ. для студ. вузов / Г.А. Аванесова. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2007. – 319 с.
2. Коноплева Н. А. К вопросу о содержании и интерпретации понятий «Сервис» и «Сервисная деятельность» // Территория новых возможностей. – 2013. – №3 (21). – С. 185 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-soderzhanii-i-interpretatsii-ponyatiy-servis-i-servisnaya-deyatelnost> (дата обращения: 20.09.2020).

ИНВЕСТИЦИИ В НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ РОССИИ

Мудревский А.Ю.¹, канд. экон. наук, доц.,

Барановский В.С.²

¹ФГК ВОУ ВО «Ярославское высшее военное училище противовоздушной обороны»,
г. Ярославль, РФ

²ОО ВО ЧУ «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)»,
г. Ярославль, РФ
mudrevskiy@mubint.ru,

Введение. Сегодня нефтегазовая отрасль – один из основных сегментов российской экономики, развитие которой невозможно без постоянного совершенствования технологии, модернизации оборудования и автоматизации управления производством. Нефтегазовая отрасль разделяется на 2 основных направления:

- добыча нефти и сопутствующих нефтепродуктов, которая включает в себя геологоразведку, бурение скважин, а также их ремонт и обслуживание;

- переработка нефти, процесс производства различных видов нефтепродуктов (бензинов, керосинов, дизельного топлива) и сырья для химической промышленности.

Основная часть. Деятельность любой нефтяной компании характеризуется количественными и качественными показателями. В качестве количественного параметра выступает увеличение объема производства продукции, в данном случае это объем добычи и переработки нефти. Под качественными показателями понимается повышение эффективности использования нефтяного сырья, что означает снижение его удельного расхода для получения требуемого ассортимента товарной продукции без изменения количественных и качественных показателей конечного продукта. Достижение указанных целей может осуществляться, за счет:

- повышением отбора целевых продуктов на действующих технологических установках;

- внедрением процессов разделения и переработки углеводородных газов различного происхождения;

- увеличением нефтехимической составляющей при переработке нефти за счет создания дополнительных видов сырья для нефтехимического синтеза и производства продуктов нефтехимии;

- вовлечением в переработку тяжелых остатков переработки нефти, в частности мазутов и гудронов, а также остатков вторичной переработки нефтяных фракций;

- сокращением потерь производств и расхода сырьевых углеводородных ресурсов в качестве топлива на собственные нужды [1].

Реализации любого мероприятия из перечисленного перечня просто не мыслима без инвестиций в производство.

В 2000-х годах в Российских НПЗ огромной проблемой было изношенность материальной базы отрасли. Ведь большинство крупнейших нефтеперерабатывающих заводов России были построены еще в 50-х – 60-х годах XX века. В начале 80-х – 90-х годов прошлого века неблагоприятная экономическая ситуация оказала влияние и на отечественную нефтепереработку. Эта отрасль практически остановила свое развитие на некоторое время. Однако уже в середине 90-х годов начался активный экспорт российской нефти в виде сырья, за рубеж пошли и первичные продукты перегонки нефти.

В свете событий последних лет многие поняли, что доходы от продажи сырья могут быть весьма нестабильными. В экономику вмешивается политическая ситуация в мире [2].

Сейчас Российская Федерация в тройке лидеров среди стран по переработке нефти. Российская нефтепереработка представлена 34 заводами суммарной мощностью 310,4 млн. тонн в год. Из них 26 принадлежит ВИНК («Роснефть», «ЛУКОЙЛ», «Газпром нефть», Сургутнефтегаз, Славнефть, «Татнефть»), а восемь являются независимыми (Антипинский НПЗ, Афипский НПЗ, Марийский НПЗ – входящие в один холдинг; Ильский НПЗ, Новошахтинский НПЗ, Хабаровский НПЗ, Нижнекамский НПЗ, Краснодарский НПЗ). В 2017 году НПЗ, находящиеся под управлением ВИНК, переработали 234,9 млн. тонн сырой нефти, а независимые заводы – 34,6 млн. тонн. Еще 10,5 млн. тонн было переработано 43 мини-НПЗ.

Основные направления модернизации российских НПЗ – это увеличение глубины переработки, наращивание доли выхода светлых нефтепродуктов за счет технического переоснащения. Здесь Россия не сильно отстает от общемировых трендов.

Глубина переработки нефти по итогам 2017 года составила 81,3 %, а в 2013 — 71,4 %. Таким образом, отмечается заметный рост. Тем не менее в США, для сравнения, глубина переработки нефти — 90–95 %, а на самых современных американских НПЗ — до 98 %, в странах — членах ОПЕК — 85 %, в Европе 85–90 %.

Разработка и выпуск автомобильных двигателей нового поколения, создание новых материалов и композитов стали основными причинами глобальной модернизации нефтепереработки.

Возможность производства высококлассного бензина зависит от внедрения передовых технологий. В последние годы российские НПЗ активно занимались инновационными проектами, некоторые из которых даже получили статус национальных. Среди наиболее перспективных технологий – изомеризация легких бензиновых фракций по технологии Изомалк 2 («Газпром нефть», «Роснефть», «ТАИФ-НК»), производство

катализаторов каталитического крекинга, гидроочистки и гидрокрекинга (разработка ИК СО РАН, ИППУ СО РАН, «Газпром нефть»), комбинированная установка переработки нефти «Евро+» и другие. Все эти технологии позволяют прежде всего повысить глубину переработки [3].

В общей сложности, вводимые в 2017–2020 годах процессы дадут отрасли технологическую возможность увеличить производство автомобильных бензинов примерно на 6 млн тонн, а кондиционного дизельного топлива – на 18 млн тонн.

В целом российская нефтепереработка в последние годы добилась хороших результатов: инвестиции в модернизацию и развитие вторичных процессов способствовали увеличению выхода светлых нефтепродуктов, хотя еще и не в достаточной степени. Дефицита топлива на внутреннем рынке не наблюдается. Однако по-прежнему необходимо внедрять актуальные меры, отвечающие новым задачам по стимулированию российских НПЗ для дальнейшего развития отрасли и предотвращения рисков. Ключевая составляющая этих мер – гибкое и эффективное налоговое регулирование, уверены эксперты [4].

Последние несколько лет цены на нефть являются относительно низкими, что снижает маржу нефтепереработки. В итоге многие российские НПЗ сейчас работают с отрицательной маржинальностью. В свою очередь это приводит к сокращению инвестиций и увеличению сроков окупаемости проектов.

Заключение. Однако главная задача теперь не останавливаться на достигнутом уровне а продолжать инвестировать в нефтепереработку, ведь в современном мире, при его постоянном динамическом развитии все время будет возникать потребность в более качественной и современной продукции обладающей все новыми и передовыми характеристиками. Инвестиции играют наиболее важную роль в поддержании и наращивании экономического потенциала конкретного предприятия, отрасли промышленности да и страны в целом.

Список литературы

1. Туманян Б.П. Практические работы по технологии нефть : малый лабораторный практикум / Б.П. Туманян. – М.: Техника, 2006. – 159 с.
2. Официальный сайт портал журнал «Бурение и нефть». Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://burneft.ru>.
3. Официальный сайт портал Нефть и капитал. Электронный ресурс – Режим доступа: <https://oilcapital.ru>.
4. Официальный сайт центр социального проектирования Платформа. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://pltf.ru>.

РЕЦЕПТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ЛИДЕРСТВА В МИРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ КИТАЯ И США

Нарыжный Н.А.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
naryzhnyj@yandex.com

Введение. Современный мир переживает эпоху глобальных изменений: резко повышается его технологичность, сокращается цикл создания и вовлечения в хозяйственный оборот эпохальных и базисных инноваций, в основе которых – работа с данными, информацией и знаниями. Уже эти первичные наблюдения показывают, насколько глубоки и содержательны современные изменения жизненного пространства планеты, государств и обществ.

Основная часть. Однако цифровизация влечет за собой не только кардинальные преобразования социоэкономической среды, но и усиливает роль интеллектуальной силы в международных отношениях, усугубляет дифференциацию между интеллектуальными лидерами, т.е. донорами передовых секретов промысла цифрового формата, и реципиентами – государствами, которые принимают и внедряют новейшие технологии подобного типа. Это дает возможность интеллектуальным лидерам планеты дирижировать процессами экономического и технологического развития принимающих государств. Подобные опасения высказывает и Х.-Д. Чанг в работе «Отбрасывая лестницу. Стратегия развития в исторической перспективе» [3]. Ученый вскрывает существенную разницу между экономической эволюцией ныне развитых государств и предписаниями, которые сегодня выдаются более бедным странам. Его авторская позиция состоит в том, что развитые страны пытаются «выкинуть лестницу», с которой они поднялись на вершину, в том числе и путем ограничений на заимствование более совершенных технологий.

В таких условиях правительственному аппарату развивающихся государств следует отыскать уникальные и эффективные «рецепты» совершения цифрового рывка и интенсификации процессов перехода к экономике постзнаний. Для этого можно внимательно посмотреть на штампы решений и действий интеллектуальных лидеров планеты, идентифицировав среди них те, которые могут быть адаптированы к национальным условиям. К этим государствам мы относим США и Китай, поскольку они занимают первые позиции среди стран мирового сообщества по количеству поданных патентных заявок по направлениям, обеспечивающим цифровую трансформацию (цифровая связь и компьютерные технологии).

Патентно-технологический профиль Китая показывает явное доминирование цифровой связи, за которой следуют компьютерные технологии, электрические машины, аппараты, энергетика, телекоммуникации, аудиовизуальные технологии (рисунок 1).



Рис. 1. Патентно-технологический профиль Китая, 2019 г. [5]

Рецепт успеха Китая заключается в наличии национальной стратегии в области защиты интеллектуальной собственности [6], ежегодных планов содействия ее реализации [4], следование руководящим принципам теории Д. Сяопина, основанным на взвешенных управленческих решениях, социалистических установках, прагматическом подходе к реформированию экономики, сферы защиты интеллектуальной собственности, планомерном наращивании цифрового потенциала государства [2].

Впечатляющие результаты Китая в области патентования цифровых технологий привлекают внимание специалистов развивающихся государств, в том числе и представителей российской стороны. В частности, глава Федеральной службы по интеллектуальной собственности Российской Федерации Г.П. Ивлиев выразил уверенность, что достижения Китая в области патентования в ближайшие годы будут объектом внимательного изучения российской стороны и могут дать серьезный импульс развитию сферы интеллектуальной собственности в Российской Федерации [1].

В целом, Китай имеет четкий образ будущего, как страны с высоким уровнем создания, использования и защиты результатов интеллектуальной деятельности в сфере цифровизации. Шаги, ведущие к формированию этого образа, сводятся к активизации исследований в области новейших технологий и усилении патентной защиты данных разработок, увеличении продуктов с интеллектуальной составляющей, получение группы патентов в ключевых областях знаний для развития новых и высокотехнологичных отраслей.

В планетарном интеллектуальном поле силы Китая балансируют США, в патентно-технологическом профиле которых компьютерные

технологии и цифровая связь уступают только медицинским технологиям (рисунок 2).



Рис. 2. Патентно-технологический профиль США, 2019 г. [5]

Ключевые решения, обеспечивающие США первенство во всем мире по количеству поданных патентных заявок на изобретения в области компьютерных технологий и цифровой связи, связаны с четким определением прорывных технологий в отношении которых принимаются основные меры стимулирования, усилении взаимодействия между изобретателями и потребителями новейших способов работы с данными, ощутимом ресурсном обеспечении исследовательской работы в этих областях.

Заключение. Таким образом, успешная модель интеллектуального лидерства состоит из целого комплекса решений и действий по выбору приоритетных направлений разработки цифровых технологий, стимулированию изобретательской и патентной активности по заданному курсу, вовлечении в эти процессы субъектов из различных областей деятельности, обладающих возможностью разрабатывать новейшие способы работы с данными и информацией, и кооперировании их с потребителями.

Список литературы

1. Роспатент: опыт интеллектуальной собственности Китая позволит РФ лидировать в технологиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5062743>.
2. Сяопин Д. Основные вопросы современного Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20090519075757/> http://skmrf.ru/library/library_files/dxp.htm
3. Chang H.-J. Kicking away the ladder: development strategy in historical perspective / H.-J. Chang. – L.: Anthem, 2002. – 187 p.
4. Developing Plans: China [Electronic resource]. – Access mode: <http://english.cnipa.gov.cn/lawpolicy/developingplans/index.htm>.
5. European Patent Office, EPO [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.epo.org/>.
6. Outline of the National Intellectual Property Strategy [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/cn/cn021en.pdf>.

ДЕФЛЯЦИЯ И МЕТОДЫ ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Оленичева Ю.А., канд. экон. наук, доц.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

olenich5j@yandex.ru

Введение. В современных условиях, когда проблемы обеспечения макроэкономической стабильности приобретают все большее значение, особый интерес вызывает проблема слишком низкой инфляции, а также дефляции, которая способна сдерживать деловую активность и экономический рост. Поэтому процессы инфляции и дефляции должны находиться под пристальным вниманием государства.

Основная часть. В современных условиях одной из актуальных задач в макроэкономике становится ответ на вопрос, с инфляционными или дефляционными процессами возникнет необходимость бороться в ближайшем будущем. Возникнет инфляция из-за огромных денежных эмиссий и девальваций валют или дефляция из-за длительного сжатия потребительского спроса [1].

«Инфляция – денежное явление, связанное с чрезмерным по сравнению с предложением товаров выпуском в обращение денег» [2].

«Дефляция – это повышение реальной стоимости денег и снижение общего уровня цен на товары, работы и услуги» [3].

Негативные последствия высокой (галопирующей, гиперинфляции) очевидны. Это и обесценивание сбережений населения, и переток капитала из сферы производства, где цикл является более длительным, в сферу обращения.

Но слишком низкие показатели инфляции (которые, например, в 2020 г. наблюдаются на Украине) также будут иметь крайне негативные последствия. Умеренная инфляция – от 1 до 5-6 % – является необходимым условием сохранения деловой активности и оживления кредитования. Дефляция же сдерживает деловую активность и негативно сказывается на прибыли, что мешает наполнению бюджета и выполнению государством своих финансовых обязательств. При умеренной инфляции население склонно платить, не откладывая расходы на следующие периоды, как при дефляции, когда население ожидает падения цен и предпочитает откладывать расходы.

В современных условиях для Украины также характерна промышленная дефляция (снижение цен на основные, прежде всего, экспортные, товарные группы). Подобные процессы начали себя проявлять в 2019 г, когда всего в годовом измерении цены промышленных производителей на Украине снизились на 2,2 %, падение оптовых цен составило 4%. Стоимость продукции добывающей промышленности при

этом упала почти на 20 %, перерабатывающей – на 5 %. В первые месяцы 2020-го деструктивные процессы усилились. Чем дольше длится промышленная дефляция, тем больше предприятий и целых отраслей становятся нерентабельными [4]. Данная ситуация осложняется снижением спроса в условиях карантина.

Дефляция в ряде государств – это одна из сторон начавшейся рецессии мировой экономики. Рецессии всегда снижают уровень инфляции, поскольку появляются избыточные мощности и увеличивается разрыв в объеме производства и потребления. Снижение цен на товары происходит из-за повсеместного падения совокупного потребительского спроса.

Мировая практика свидетельствует, что чаще всего в «дефляционную спираль» попадают развитые страны.

Устойчивая дефляция (около 1 %) наблюдается в экономике Японии, правительство этой страны прикладывает значительные усилия к тому, чтобы уменьшить дефляционные процессы. Евросоюз довольно продолжительное время находится в ситуации, когда процентные ставки находятся в нулевых или даже отрицательных областях, что сдерживает рост экономик этого региона. В условиях свободного перемещения финансовых ресурсов дефляция очень быстро приобретает трансграничный характер. В какой-то степени от дефляции страдают и США [5].

В РФ ограничительные меры снижают и внешний, и внутренний спросы и это становится значимым дезинфляционным фактором на длительный период. В Китае экономика переживает самый сильный спад за последние десятилетия. Там падение инфляции потребительских цен и цен производителей также отражает слабый спрос как внутри страны, так и за рубежом [1].

Если государство попадает в дефляционную спираль, то на стабилизацию экономики может потребоваться несколько лет.

Крайне актуальным становится вопрос, помогут ли традиционные методы борьбы с дефляцией с помощью фискальной и монетарной политики нивелировать «дефляционную спираль», и не вызовет ли это в будущем гиперинфляцию [1]. Методы борьбы с дефляцией со стороны государства представлены на рис. 1.

Для борьбы с инфляцией в странах Западной Европы и Японии коммерческие банки могут устанавливать отрицательные процентные ставки по депозитам, т.е. за хранение денег на счете в банке населению приходится доплачивать. Это делает невыгодным хранение денег на счетах, что стимулирует население тратить средства на потребительские или инвестиционные товары.



Рис. 1. Методы борьбы с дефляцией со стороны государства

Заключение. Таким образом, в современных условиях, несмотря на угрозу дефляции во многих странах, не существует универсальных методов борьбы с ней. Фактически, главным методом борьбы с ней выступает дополнительное предложение денег.

Список литературы

1. Инфляция. Дефляция. Бифляция. Трихотомия последствий борьбы с рецессией. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4356201>.
2. Осадчая И. Инфляция: суть, причины, формы проявления / И. Осадчая // Наука и жизнь. – 2008.г. – №4. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/articles/13575>.
3. Дефляция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/deflyatsiya.html>.
4. Нынешняя низкая инфляция – это для Украины плохо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ukrinform.ru/rubric-economy/3047955-nynesnaa-nizkaa-inflacia-eto-dla-ukrainy-ploho.html>.
5. Дефляция: новая угроза для мировой экономики? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.finversia.ru/publication/deflyatsiya-novaya-ugroza-dlya-mirovoi-ekonomiki-28480>.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Пудовкина О.Е., канд. экон. наук, доц.

Сызранский филиал ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», г. Сызрань, РФ
olechkasgeu@mail.ru

Введение. Индустриальная фаза развития под влиянием 4-й промышленной революции диктует определенные требования к модернизации технологических процессов и производств. Особенно это актуально для промышленности, доля которой в ВВП страны достаточно высока. В этой связи приобретает особую актуальность установление контура будущего стратегического развития отрасли промышленности в условиях внешних вызовов и угроз.

Цель статьи – разработка прогностической карта развития промышленности в условиях расширения цифровой индустрии.

Основная часть. В современных условиях назрела трансформация промышленности – процесс, отражающий переход промышленного сектора из одного технологического уклада в другой с целью повышения эффективности и конкурентоспособности предприятия и, в целом, российской экономики. В этой связи, необходимо разработать долгосрочные прогнозы развития промышленного сектора и определить стратегические приоритеты в условиях внешних вызовов и угроз, применение которых позволило бы обеспечить устойчивое развитие и конкурентоспособность России на долгосрочный период, что свидетельствует об актуальности исследования.

Здесь важный вопрос – какие тенденции будут главными в промышленности?, что будет определять развитие промышленности?, какие технологии являются для страны критически важными?

Промышленный приоритет стратегии достаточно широк и охватывает переход к электронной промышленности, реконструкцию и техническое перевооружение производств, создание новых технологических направлений, освоения прорывных электронных промышленных технологий и другое. Кроме того, другие стратегические приоритеты посвящены широкому применению цифровых интеллектуальных промышленных технологий, машинному обучению и искусственному интеллекту, переходу на высокопроизводительное и экологически чистое промышленное производство, интеллектуальным системам. Эти приоритеты соответствуют грандиозным задачам, указанным в документе по развитию промышленности.

Анализ документов показал [1, 2], что в стратегиях подчеркнуты приоритеты в области промышленности, при этом относительно меньше

внимания уделяется разработке комплексного прогноза технологического развития промышленности. Предвидение в области промышленных технологий обеспечит основу для государственной промышленной политики, способствуя достижению стратегических задач государства. Эта цель может быть достигнута путем координации научно-технологической политики Министерства промышленности и торговли РФ с системой научно-технологической и социально-экономической системой прогнозирования, созданной в стране.

По мнению автора, промышленность должна справляться с растущей сложностью производства организации технологических цепочек и комплексностью продукции. Чтобы обеспечить управление этой сложностью, необходим качественный скачок в инжиниринге и управлении технологическими процессами.

Во всем мире итогом технологического форсайта является технологические консорциумы. Цель их создания – разработка технологических регламентов и стандартов и запись данных факторов на уровень государственной промышленной политики, учитывающую общую ситуацию рынка. Результатом технологического форсайта должно стать построение некой конструкции, в которой будет понятно, как будущее будет развиваться.

Ключевые процессы, которые, на наш взгляд, будут определять технологическую сферу стратегических направлений развития промышленного сектора, будет связано с запуском следующего инновационно-технологического цикла, осуществлением трех взаимосвязанных «революций»: 1 – в течение 5–7 лет один из доминирующих процессов будет перенос импорт информационных платформ, являющихся основой для проектирования. Если не обеспечим проектирование современными инструментами, то вылетим из любого производственного процесса в мире. Это «революция» в проектировании и организации производственных процессов; 2 – уход в новые материалы. Особенность заключается в том, что революция в проектировании тянет за собой и революцию этих материалов; 3 – «революция» в инфраструктурах: «умные среды», система «умных вещей» как преодоление линейной архитектуры традиционных индустриальных архитектур.

В главенствующих тенденциях цифровизации большинство предприятий, стремящиеся к эффективной работе, должны проходить через процесс цифровой трансформации [5]. В практической деятельности это значит переход от модульной архитектуры к интегрированной цифровой архитектуре. Сценарная модель форсайт прогноза развития промышленности, разработанная авторами, представлена на рисунке 1.

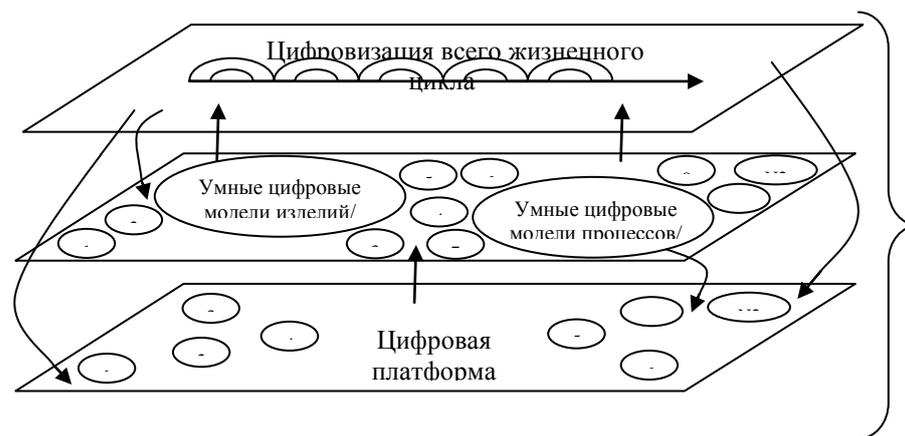


Рис. 1. Прогностическая карта развития промышленности

Заключение. Образ промышленности, которая будет в ближайшее 10–15 лет, это сверхточность, сверхскорость, сверхсложность на базе автоматизации и интеллектуализации, на базе формирования комплексов информационных средств, инфраструктур. Необходимость стратегической модернизации предприятий промышленности была подчеркнута в работе *Strategic Elements in Product Innovation in Industrial Firms*, где стратегия определяется как искусство использования всех доступных средств для достижения желаемой цели [4]. Модернизация означает переход к новому этапу цивилизационного развития, который требует кардинального обновления всех составляющих экономического роста [3]. Переход к четвертой промышленной революции – это неизбежный инновационный процесс, результатом которого станет полностью автоматизированное цифровое производство с перспективой объединения в глобальную промышленную экосистему [5].

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации» от 29 марта 2019 г. № 377 Москва.
2. Распоряжение Правительства РФ от 17 января 2020 г. № 20-р «О Стратегии развития электронной промышленности РФ на период до 2030 г. и плане мероприятий по ее реализации».
3. Faskhutdinov Azat, *Innovation and Business Management Modernization of the Russian economy in terms of innovative development*, 4th International Conference on Leadership, Technology, Procedia - Social and Behavioral Sciences 210 (2015). – P. 188 – 192.
4. Feñşer Cristina, Popescu Daniela, Sadeh Arik, 25th International Strategic Elements in Product Innovation in Industrial Firms Conference on Production Research Manufacturing Innovation: Cyber Physical Manufacturing August 9-14, 2019 | Chicago, Illinois (USA).
5. Pudovkina O., Ivanova E., *Industrial Digital Transformation and Ecosystem Formation Based on Advanced Digital Platforms Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy* pp 507-518| Cite as Chapter First Online: 30 May 2020.

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ РАБОТНИКОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Романова Н.В., канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

nt.romanova@donnu.ru

Введение. Изучение и статистическая оценка различных аспектов качества трудовой жизни выступают актуальной задачей обеспечения благоприятных условий использования трудового потенциала на предприятиях посредством ликвидации бедности среди работающего населения, повышения уровня защищенности прав и интересов человека в труде.

Изучением проблем обеспечения высокого качества трудовой жизни занимались такие ученые, как Л. Девис, А. Чернс, Р Уолтон, Д. Мейсон, А.П. Егоршин, Б.М. Генкин, Р.П. Колосова и др.

Целью работы является общая характеристика современного уровня качества трудовой жизни в Российской Федерации, что выступает основой разработки стратегий социально-экономического развития государства.

Основная часть. Качество трудовой жизни – комплексная многомерная категория, характеризуется широким спектром индикаторов. Своеобразие данной категории состоит в том, что она не может быть оценена отдельными показателями, поэтому для обоснованного измерения проведен комплексный анализ по многим направлениям.

Методика оценки уровня качества трудовой жизни предполагает анализ группы показателей: экономических, социальных и организационных. Среди экономических показателей выделяются следующие: среднемесячная заработная плата, доля заработной платы в ВНД, задолженность по выплате заработной платы, уровень повышения квалификации работников, уровень затрат работодателей на профессиональное обучение, уровень вынужденной неполной занятости. Группа социальных индикаторов: численность работников, работающих в условиях, которые не соответствуют санитарно-гигиеническим нормам, число пострадавших от производственного травматизма, сумма задолженности пострадавшим за счет собственных средств предприятия, инновационная активность работников. Выделяется группа организационных показателей, таких как численность работников, охваченных коллективными договорами, выполнение коллективных договоров по вопросам занятости, охраны и оплаты труда.

Комплексно динамика основных показателей качества трудовой жизни, сгруппированных по экономическим, социальным и организационным признакам, представлена в таблице 1.

Таблица 1

**Сравнение комплексных показателей уровня качества трудовой жизни на
государственном, региональном и отраслевом уровнях
в Российской Федерации в 2019 г. [1]**

Основные показатели качества трудовой жизни, сгруппированные по признакам	Российская Федерация	Ростовская область		Промышленность	
		уровень показателя	2/1 в %	уровень показателя	2/1 в %
	1	2	3	4	5
экономические: среднемесячная заработная плата, руб.	47 867	33757	70,5 %	54724	114,3 %
задолженность по выплате заработной платы, тыс. руб.	2 907 799	104 890	3,6 %	2 532 693	87,1 %
доля занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего повышение квалификации и (или) профессиональную подготовку, в общей численности занятого в области экономики населения этой возрастной группы (процент) *	21,7	12,1	55,8 %	16,8	77,4 %
социальные: численность работников, которые работают в условиях, не соответствующих санитарно-гигиеническим нормам, в % к штатным работникам	38,3	36,4	95 %	43	112,3
количество пострадавших от производственного травматизма, на 1 тыс. штатных работников	1,2	0,9	75 %	1,2	100
инновационная активность (численность исследователей, процент)	0,5	0,3	60 %	0,3	60 %
организационные: численность работников, охваченных коллективными договорами, в % к штатным работникам	70	59,4	84,9 %	–	–

* 2017 г.

Социально-экономические процессы, которые происходят в обществе, вносят изменения в сферу оплаты труда. Так, за последние десять лет среднемесячная номинальная заработная плата во всех сферах экономической деятельности в России постоянно росла: в 2019 г. по сравнению с 2000 г. она увеличилась в 21,5 раза. В 2000 г. среднемесячная номинальная заработная плата составляла 2 223 руб., при этом величина прожиточного минимума для трудоспособного населения – 1 232,28 руб., соотношение среднемесячной номинальной заработной платы и прожиточного минимума для трудоспособного населения в 2019 г. демонстрирует ее пятикратное превышение, что является свидетельством позитивных преобразований. В разрезе видов экономической деятельности наибольший размер среднемесячной заработной платы в 2019 г. определен в финансовой и страховой деятельности (103 667,8 руб.), наименьший – в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания (28 191,4 руб.), т.е. коэффициент дифференциации составляет почти 4 раза.

Снижает качество трудовой жизни несвоевременная оплата труда, которая на фоне позитивных преобразований остается значительной проблемой для многих предприятий.

Качество трудовой жизни обобщенно отображает условия использования трудового потенциала, поэтому важным является анализ показателей возможностей обновления знаний и уровня их использования в труде. Согласно статистическим данным доля занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего повышение квалификации и (или) профессиональную подготовку, в общей численности занятого в сфере экономики населения этой возрастной группы, составляет 21,7 % в России, 12,1 % в Ростовской области и 16,8 % в промышленности, что демонстрирует низкий уровень системы совершенствования практических навыков и умений сотрудников организаций и предприятий.

По статистическим данным в 2019 г. численность работающих в несоответствующих санитарно-гигиеническим нормам условиях составляла 38,3 % общей численности штатных работников, наибольшее число которых работало в сфере добыче полезных ископаемых (54,7 % от общего числа работников), обрабатывающем производстве (42,6 %). В последнее время наблюдается позитивная динамика снижения производственного травматизма, так в 2012 г. он составлял 1,9 чел. на 1 000 работающих (на 36,8 % больше, чем в 2019 г.).

Инновационная активность работников в РФ остается низкой, в промышленности наблюдается практически в два раза меньший ее уровень, чем по стране в целом.

Достаточно невысокий уровень охвата работников коллективными договорами наблюдается в России – 70 % в целом, почти 60 % в Ростовской области, что подтверждает низкую защищенность работников условиями коллективных договоров.

Заключение. Обобщая результаты комплексной оценки качества трудовой жизни в Российской Федерации отметим проблему формирования действенной политики управления качеством трудовой жизни. Именно высокий уровень реализации правовой защищенности населения, конструктивность, социальная направленность трудовых отношений, инновационная активность в труде являются основными инструментами формирования качественно нового трудового простора России, достижения равновесия интересов работников, работодателей и государства.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Москва, 2020. – URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 20.10.2020).

ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ С ПРЕСНОЙ ВОДОЙ НА ТЕРРИТОРИИ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА¹

*Тарасова М.В.*¹, канд. социол. наук,

*Тарасов С.А.*²

¹ФГБУН «Федеральный исследовательский центр Южный научный центр Российской академии наук», г. Ростов-на-Дону, РФ

²ОО «Институт исследования экономики и геополитики», г. Ростов-на-Дону, РФ
tarasova_marina_01@mail.ru, tarasov_s@icloud.com

Введение. После государственного переворота и отстранения от власти президента В. Януковича на Украине в феврале 2014 года власти Крыма и Севастополя провели референдум по вопросу воссоединения с Россией и эти территории стали полноправными субъектами Российской Федерации. Вместе с тем, начиная с 2014 года украинские власти не только не приняли позицию народов, населяющих Крым, но открыто начали ущемлять их неотъемлемые права. Вопрос наличия пресной воды в Крыму стал политическим, как для нашей страны, которая ответственна за жителей полуострова, так и для Украины, которая пытается дестабилизировать ситуацию, не стесняясь даже использовать диверсионно–террористические методы. Фактически после намеренного перекрытия Украиной Северо-Крымского канала полуостров вынужден рассчитывать только на собственные водные ресурсы. Вода из артезианских скважин по своему составу насыщена солями и минералами, что постепенно делает ее бесплодной и безжизненной. Необходимо новое решение проблемы, которое не будет ухудшать хрупкое природно-экологическое равновесие в регионе. Сложно планировать новые и поддерживать ранние экономические проекты [1, 2], не имея должного количества пресной воды, невозможно обеспечивать достойный уровень жизни населения Крыма, когда существует график подачи воды, постоянные аварии на водоводе и др. Нет сомнения, что Украина преследует цель не только психологически надломить жителей, но и готова их уничтожать именно таким образом, ведь украинские власти и их союзники из США и Европы не пытаются действенным образом прекратить военный конфликт на Донбассе, где от использования оружия гибнут мирные жители, сознательно уничтожается жизнеобеспечивающая инфраструктура.

Основная часть. Донбасс многие десятилетия был передовым центром советского машиностроения, добычи и переработки полезных

¹ Публикация подготовлена в рамках реализации ГЗ ЮНЦ РАН 2020г., № гр. Проекта АААА-А19-119011190170-5

ископаемых, кузницей инженерных кадров. Совместные инженерные проекты с Крымом по вопросу добычи пресной воды могли бы стать отправной точкой решения и иных крупных совместных инфраструктурных задач.

Имеется ряд проектов, направленных на обеспечение бесперебойного поступления питьевой воды всем жителям полуострова, но фактически за шесть лет крупных успехов в этом вопросе мы не наблюдаем. Новые артезианские скважины создают ряд экологических проблем, связанных с почвой, переброска воды с помощью военных инженерных частей из одного водохранилища в другое, тоже временная и крайняя мера, проект переброски питьевой воды из Краснодарского края по подводному трубопроводу, можно отнести лишь к проекту, так как не совсем понятно каким образом будет поставляться вода, если ее в 2020 году из-за засухи не хватало краю. Идет активное обсуждение вопроса решения проблемы водоснабжения Симферополя за счет ресурсов Ивановского и Вилинского водозаборов. Однако, это также выглядит не до конца обдуманное решение. Географически село Вилино находится почти на побережье Черного моря. Проведение усиленной откачки пресной воды возможно приведет к попаданию в подпочвенные горизонты морской воды, сделает почву безжизненной. Возможно изучение опыта стран, которые в промышленных масштабах опресняют морскую воду (Италия, Испания, Израиль). Опреснительные установки можно расположить в районе Каркинитского залива (север полуострова) и в восточной части, например, в Керчи и Ленинском районе. Возможно начать опреснение воды и в соленоватых грунтовых водах в центральной части полуострова (Красногвардейский район). Все это позволит соблюсти баланс водопользования и удовлетворит запросы жителей и различных сфер экономики.

Существует мнение о необходимости строительства или восстановления АЭС в Крыму с целью обеспечения полуострова электроэнергией и опресненной водой. По проекту должны были запустить четыре энергоблока. Первый блок планировали и строили, чтобы Крым самостоятельно мог себя обеспечить электроэнергией, второй блок – обеспечить горячей водой Феодосию и Керчь, избавить полуостров от угольной зависимости и котельных, третий блок – опреснять морскую воду, четвертый блок – подача электроэнергии на Кавказ. Вместе с тем, восстановить АЭС не получится. После Чернобыльской катастрофы АЭС в Крыму решили не достраивать и в 1987 году строительство приостановили, а в 1989 году прекратили. Готовность станции (1 –го энергоблока) составляла более 80 %, а второго – 18 % [3]. После Крым перешел в юрисдикцию Украины и АЭС близ города Щелкино стали распродавать на металлолом, а также внутри машинного фестиваля проводить сомнительный музыкальный фестиваль современной электронной молодежной музыки. На момент, когда АЭС перестали

строить в нее было вложено уже более 750 млн. руб. СССР (в то время 1 доллар США стоил 80 копеек СССР) [3]. Страна понесла серьезные убытки, а главное не была достигнута цель – обеспечить Крым водой и электроэнергией. Проект станции соответствует проектам уже введенным в строй Балаковской АЭС, Ростовской АЭС, Хмельницкой АЭС. На Крымской АЭС должны были быть запущены принципиально другие реакторы, в отличие от ЧАЭС. На вышеуказанных станциях не было каких-либо крупных аварий, что подтверждает надежность проекта. Есть смысл вернуться к созданию в Крыму полноценной атомной электростанции с учетом современных требований безопасности. Не исключается в перспективе постройка плавучей АЭС, что может быть менее финансово обременительно, а также возможно снизит риск вероятного разрушения станции при землетрясении выше 10 баллов по шкале Рихтера. Россия занимает ведущее место в мире по разработке, постройке и безопасной эксплуатации АЭС, что позволяет за десять лет выполнить проектирование, выбор места и строительство АЭС. Вместе с тем, существуют и иные методы улучшения ситуации с пресной водой на полуострове. Необходимо наращивать площади лесопосадок для снегозадержания, изменить сорта растений, а местами и сменить агрокультуры, которыми засевают сельскохозяйственные земли. Больше использовать эфирноносные растения и лекарственные травы.

Важным шагом будет капитальный ремонт и реконструкция существующих систем водоснабжения Крымского полуострова. Почти все они были построены в 1960–1980 годах и имеют большую степень износа, что увеличивает потери воды при доставке ее потребителям.

Еще одним средством экономии воды может служить повторное использование сточных вод после очистки. Предполагается ее использовать для полива парков, газонов, скверов.

Заключение. Решение проблемы недостатка пресной воды в Крыму возможно, используя комплексный подход и тесное взаимодействие между учеными и органами власти и управления.

Список литературы

1. Малюга А.Л. Экономика Юга России: состояние и тенденции / А.Л. Малюга, С.А. Тарасов, М.В. Тарасова. – Ростов-на-Дону: Изд-во ООО «Мини-Тайп», 2017. – 128 с.
2. Внешняя торговля регионов Южного федерального округа: тенденции, потенциал / П.В. Пронин, А.Л. Малюга, М.В. Тарасова и др. – Ростов-на-Дону: Из-во ООО «Мини-Тайп», 2019. – 79 с.
3. Пучков В.Н., Пучкова Е.В. Судьба Крымской АЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=4022> (дата обращения: 14.10.2020).

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Тищенко Е.В.

ГУ ЛНР «ЛЮУСОШ № 17 имени В. Брумеля», г. Луганск, ЛНР
authoressKatyusha@yandex.ru

Введение. Современная экономика Луганской Народной Республики (далее – ЛНР) находится на стадии развития. За весь период существования молодого государства наблюдаются положительные сдвиги в реформировании его экономической сферы. Сравнение ситуации в 2019 году с той, что была в начале создания Республики, вселяет уверенность, в том, что имеется огромный потенциал развития экономики ЛНР, которой в перспективе приведет государство к процветанию и признанию. Для достижения этой цели необходимо уделить внимание немаловажному сегменту рыночной экономики – малому и среднему бизнесам.

Основная часть. Социально-экономическому развитию ЛНР уделяется большое внимание руководством Республики. С этой целью была разработана Программа социально-экономического развития ЛНР до 2023 года. Анализ программы за 2018, 2019 год показывает, что малое и среднее предпринимательство как реальный сектор современной рыночной экономики занимает одно из приоритетных направлений в развитии ЛНР.

Развитие предпринимательской деятельности позволяет наиболее полно удовлетворять потребности населения в товарах и услугах, в значительной степени решает или смягчает проблему безработицы.

По итогам 2019 года в республике зарегистрировано 50 812 субъектов малого и среднего предпринимательства, что на 2 979 субъектов, или на 6,2 % больше по сравнению с 2018 годом, в т. ч.: 3 900 – малые предприятия (на 0,5 %), 332 – средние предприятия (на 0,3 %), 46 580 – физические лица – предприниматели, что на 6,8 % больше по сравнению с началом 2019 года. Наибольшее количество физических лиц – предпринимателей – свыше 69,0 % заняты в сфере торговли, в сфере транспортных услуг занято свыше 9,0 %, в перерабатывающей промышленности – 1,2 %, сельском хозяйстве – 1,1 %. Общее количество занятых в сфере малого и среднего бизнеса на уровне 83 тыс. чел., что на 3,0 % (2,5 тыс. чел.) меньше, чем в 2018 году. Объем реализованной продукции (работ, услуг) в 2019 году составил 119 700,0 млн. рос. руб., что на 13,1 % (13 900 млн. рос. руб.) больше, чем в 2018 году [1, с. 22; 2, с. 25].

Развитие внутреннего потребительского рынка республики направлено на удовлетворение спроса населения на продукцию продовольственного и непродовольственного назначения.

По итогам 2019 года оптовый товарооборот составил 36 770,0 млн. рос. руб., что в фактических ценах на 3,3 % (1 175,8 млн. рос. руб.) больше,

чем в 2018 году [2, с. 25]. Ценообразование в ЛНР направлено на удовлетворение потребительского спроса, недопущение роста инфляции, обеспечение конкурентоспособности и повышение эффективности деятельности отечественных товаропроизводителей.

В 2019 году индекс потребительских цен на потребительском рынке ЛНР в октябре 2019 г. к декабрю 2018 г. составил 100,1 %, что на 3,7 п.п. меньше, чем в 2018 году [2, с. 26].

Таким образом, снижение индекса потребительских цен характеризует положительную динамику, связанную со снижением цен на товары и услуги, снижением темпов роста потребительской инфляции и является положительным фактором в условиях экономического роста ЛНР.

Увеличение объемов капитальных инвестиций свидетельствует о развитии экономических процессов в республике. По итогам 2019 года объем освоенных капитальных инвестиций составил более 3,6 млрд. рос. руб. по всем отраслям и источникам финансирования, что на 30 % выше, чем в 2018 году [2, с. 27].

Наиболее привлекательными – 99 % от общего объема – остаются инвестиции в материальные активы, а именно: в машины, оборудование и инвентарь, инженерные сооружения. На их долю в общей сложности приходится порядка 70 % всех освоенных капитальных инвестиций в 2019 году. Данные виды активов обеспечили почти весь прирост капитальных вложений в 2018 году. При этом, если до 2017 года преобладали инвестиции в ремонт и реконструкцию зданий и сооружений, предприятий, то с 2018 г. предприятия инвестируют в развитие собственного производства.

В 2019 году внешнеэкономическую деятельность осуществляли 2 803 субъекта хозяйствования. По итогам 2019 года внешнеторговый оборот республики увеличился по сравнению с 2018 годом на 27,5 %, или на 35 812 млн. рос. руб., и составил 166 000 млн. рос. руб., в т. ч. экспорт – 69 000 млн. рос. руб. (41,6 %), импорт – 97 000 млн. рос. руб. (58,4 %) [2, с. 27].

В географической структуре внешнеторгового оборота за 2019 год наибольший удельный вес занимает товарооборот с Российской Федерацией – 89,8 % (87,4 % в 2018 г.), с ДНР – 5,4 % (7,4 % в 2018 г.), с Беларусью – 1,7 % (1,9 % в 2018 г.), другими странами – 3,1 % (3,3 % в 2018 г.).

В 2019 году товарная структура экспорта существенно изменилась в сравнении с 2018 годом, а именно: доля металлургической продукции увеличилась на 9,7 п. п.; доля минеральных продуктов снизилась на 7,7 п. п.; доля машин, оборудования и транспорта снизилась на 0,1 п. п.; доля легкой промышленности увеличилась на 0,1 п. п. и др.

В товарной структуре импорта республики по итогам 2019 года в сравнении с 2018 годом произошли незначительные изменения [2, с. 28].

Таким образом, рост экспорта объясняется увеличением объемов производства в ЛНР и расширением рынков сбыта готовой продукции.

Рост импорта объясняется увеличением объема ввоза сырьевой группы товаров, необходимой для производства готовой продукции предприятиями республики.

Для решения возникших проблем в экономике, необходимо рассмотреть перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в ЛНР, которые будут включать следующие мероприятия: создание достаточной нормативно-правовой базы, устанавливающей нормы, правила и систему поощрительных программ для развития малого и среднего бизнеса; создание благоприятной правовой среды для предпринимателей с помощью упрощения регистрации субъектов малого и среднего бизнеса; внедрение системы предоставления различных льгот в области налогообложения; стимулирование спроса населения на предоставляемые товары и оказываемые услуги малым и средним бизнесом; проведение информационных семинаров, ярмарок вакансий и др. мероприятия для привлечения новых субъектов малого предпринимательства.

Заключение. Таким образом, следствием стимулирования малого и среднего бизнеса в ЛНР с помощью реализации данных мероприятий на практике станет повышение уровня данных видов предпринимательства, которые обеспечат конкурентную среду рыночной экономики. Также в ходе прогрессивного развития малого и среднего бизнеса будет виден подъем экономики, который главным образом будет определен в повышении производства и его эффективности, оживлением экономической деятельности в разных сферах, повышением благосостояния населения в развивающейся республике.

Список литературы

1. Программа социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год: приложение к закону ЛНР № 36-III от 05.03.2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://img.lug-info.com/a/2/Zakon_LNR_o_Programme_socialno-ekonomicheskogo_razvitiya_Luganskoj_Narodnoj_Respubliki_na_2019_god.pdf. – (Дата обращения: 30.08.2020 г.).
2. Программа социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2020 год: постановление ЛНР № 844/19 от 27.12.2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovminlnr.ru/akty-soveta-ministrov/postanovleniya/20622-ob-utverzhdenii-programmy-socialno-ekonomicheskogo-razvitiya-luganskoj-narodnoy-respubliki-na-2020-god.html>. – (Дата обращения: 30.08.2020 г.).
3. Полякова Е.А. Об оценке экономического потенциала малого бизнеса / Е.А. Полякова // Бухгалтерский учет. – 2007. – № 3. – С. 63-65.

РОССИЙСКИЙ МАШИННО-ТРАКТОРНЫЙ ПАРК: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Федоскина И.В., канд. экон. наук, доц.

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет
имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
fedoskina_prorektor@mail.ru

Введение. Рыночные преобразования, проводимые в 90-х годах в Российской Федерации, негативным образом отразились на результатах развития сельского хозяйства. Преобразования сопровождались разукрупнением товаропроизводителей. Пропаганда развития фермерского хозяйства способствовала выведению из состава крупных сельскохозяйственных производителей мелких имущественных и земельных паев.

Основная часть. Функционирование товаропроизводителей в условиях рыночных преобразований и мелкотоварного производства повлекло за собой ухудшение их финансовой устойчивости и платежеспособности. Дефицит свободных финансовых ресурсов, существенный диспаритет цен на продукцию сельского хозяйства и промышленного производства, отсутствие государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей, высокие процентные ставки по кредитам и займам, отсутствие налоговых льгот явились причиной морального и физического устаревания машинно-тракторного парка сельскохозяйственных товаропроизводителей. Темпы выбытия существенно опережали темпы обновления парка, снизились показатели надежности и работоспособности. Сложившаяся ситуация, в свою очередь, повлекла за собой увеличение затрат на производство продукции, увеличение потерь в процессе выполнения технологических операций [1].

Введенные в отношении России экономические санкции актуализировали вопросы продовольственной безопасности и самообеспеченности, а наращивание объемов производства продовольствия в условиях дефицита обеспеченности техникой представляется практически невозможным. Внимание государства акцентируется на отдельных наиболее приоритетных отраслях сельского хозяйства и сельскохозяйственных товаропроизводителях, на которых возложено решение стратегически важной для государства задачи – обеспечения продовольственной безопасности населения страны [2].

Анализируя статистические данные, можно сделать вывод, о наличии явного дефицита сельскохозяйственной техники. В 2019 г. сельхозтоваропроизводителям не хватало 68 тыс. тракторов малой и средней мощности и 39 тыс. энергонасыщенных тракторов. Практически 60% парка тракторов, находящихся в настоящее время в эксплуатации,

имеет срок службы 10 и более лет, т.е. фактически эксплуатируется за пределами амортизационного срока службы. Такая техника требует дополнительных затрат на ее ремонт и обслуживание, что приводит к снижению эффективности и конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции [3].

В России парк основных видов сельскохозяйственной техники имеет устойчивую тенденцию спада, начиная с 1990 г. и до настоящего времени. Так, за период с 1990 по 2018 гг. парк тракторов сократился на 67%. Несмотря на существующие механизмы государственной поддержки воспроизводства машинно-тракторного парка в Российской Федерации, темпы его выбытия до настоящего момента времени опережают темпы его обновления. При этом энергообеспеченность сельскохозяйственных организаций в последние 5 лет остается на одном и том же уровне и колеблется около значения в 149 л.с. в расчете на 100 га посевных площадей.

Снижение энергообеспеченности произошло в результате опережающих темпов выбытия техники над темпами ее поступления в 2018 г. и составило 11% по отношению к 2013 г. По оценкам специалистов, для обеспечения продовольственной безопасности страны и соблюдения агротехнических сроков возделывания культур требуется иметь энергообеспеченность в расчете на 100 га пашни – не менее 300 л.с. В нашей стране это составляет лишь половину от реальной потребности, тогда как в странах ЕС энергообеспеченность составляет 400-450, а в США – 850 л. с. в расчете на 100 га пашни. Вместе с нехваткой техники, возросла и нагрузка на нее.

Современная сельскохозяйственная техника является дорогостоящей. Сельскохозяйственные организации чаще всего приобретают ее за счет кредитных средств или лизинга, в этом случае суммы переплат по заемным средствам отрицательно сказываются на эффективности производственной деятельности и финансовой устойчивости сельскохозяйственных товаропроизводителей [4].

Еще одним из факторов, оказывающим влияние на обновление тракторного парка, является малое количество отечественных производителей – всего 5 крупных производителей сельскохозяйственных тракторов, которые даже вместе не могут обеспечить техникой сельское хозяйство. Потребность в энергонасыщенных тракторах при полной загрузке производства составляет около 80 %, а в тракторах малого и среднего класса – чуть более 60 %. Здесь мы не учитываем низкую платежеспособность сельскохозяйственных товаропроизводителей малых и средних форм хозяйствования, которые вообще не могут себе позволить приобретать дорогостоящую технику без кредитов, государственных субсидий, страхования или иных форм финансовой поддержки [5].

Обновление парка техники подобными темпами не позволяет обеспечить не то чтобы расширенное, но даже и простое воспроизводство.

По данным органов управления АПК, приобретено тракторов больше, чем произведено, что дает нам право сказать, что товаропроизводители закупают импортную технику. В то же время, приобретение тракторов через систему Агролизинг составляет лишь 14 %, что говорит о несовершенстве данной системы.

Эксперты Министерства сельского хозяйства Российской Федерации рассчитали прогноз приобретения тракторов до 2025 года. Очевидно, что тенденция к росту имеется, но незначительная. Обновлению техники существенно способствует государственная мера поддержки в виде субсидий производителям сельхозтехники. В 2019 г. благодаря поддержке Президента и Правительства России на данные цели было предусмотрено 8 млрд. руб. [1].

Заключение. Рассматривая текущую ситуацию на рынке приобретения сельскохозяйственных тракторов, можно сказать, что заметна тенденция к росту, но этого недостаточно. Система лизинга в настоящее время мало привлекательна для сельхозтоваропроизводителей. Механизм требует дальнейшего совершенствования. Особенно это важно в таких направлениях как проработка гибких и прозрачных условий договора, создание конкуренции на рынке агролизинга, расширение мер поддержки со стороны государства, предоставление информационно-консультационных услуг по вопросам лизинга.

Список литературы

1. Мартынушкин А.Б. Проблемы технического перевооружения российского агропромышленного комплекса и пути их решения / А.Б. Мартынушкин, В.С. Конкина // Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса России: Материалы национальной научно-практической конференции. – Рязань: РГАТУ, 2019. – С. 264-270.
2. Конкина В.С. Особенности формирования отечественного рынка молока и молочной продукции в разрезе обеспечения продовольственной безопасности / В.С. Конкина, А.Б. Мартынушкин // Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг: Материалы национальной научно-практической конференции. – Рязань: РГАТУ, 2019. – С. 100-104.
3. Лящук Ю.О. Экономика в сельскохозяйственном производстве: учебное пособие / Ю.О. Лящук, А.Б. Мартынушкин. – Рязань: РГАТУ, 2012. – 152 с.
4. Мартынушкин А.Б. Меры государственной поддержки инновационных процессов в аграрном производстве / А.Б. Мартынушкин // Качество в производственных и социально-экономических системах: сборник научных трудов 8-й Международной научно-практической конф. – Курск: ЮЗГУ, 2020. – С. 277-281.
5. Старченков К.А. Рынок сельскохозяйственного страхования: проблемы и пути развития / К.А. Старченков, А.Б. Мартынушкин // Молодежь и XXI век – 2019: материалы IX Международной молодежной научной конференции. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2019. – С. 436-439.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Хромов Н.И., д-р экон. наук, доц.,

Воронова А.С.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

ms.nastasia1998@mail.ru

Введение. Развитие жилищно-коммунального хозяйства (далее ЖКХ) как хозяйствующего субъекта затрагивает жизненно важные интересы всего населения города. Главной целью механизма управления городским хозяйством служит максимально полное удовлетворение потребностей населения в жилье, содержании жилищного фонда и жилищно-коммунальном обслуживании.

Основная часть. Стратегический анализ является исходным пунктом процесса разработки стратегического плана развития предприятия. Он должен включать два взаимосвязанных между собой этапа: анализ внешней деловой окружающей среды и анализ ресурсного потенциала предприятия (внутренних возможностей).

Задача стратегического управления состоит в обеспечении такого взаимодействия организации с внешней средой, что позволило бы ей поддерживать потенциал на уровне, необходимом для достижения ее целей в долгосрочной перспективе [1].

Для жилищно-коммунального хозяйства Донецкой Народной Республики (ДНР) характерны следующие проблемы, которые непосредственно влияют на эффективность деятельности:

- 1) значительный моральный и физический износ основных фондов, их низкая технологическая надежность и недостаточная обеспеченность материально-техническими ресурсами;
- 2) низкий уровень доходов и платежеспособности потребителей;
- 3) слабая обеспеченность средствами регионального и муниципального бюджетов для успешной реализации инвестиционных программ;
- 4) невысокая заработная плата работников предприятия;
- 5) несвоевременная оплата услуг населением и др.

Стратегический анализ ЖКХ явился основой для выделения наиболее сильных и слабых сторон предприятий данного типа, а также возможностей и рисков дальнейшего развития [2].

Результаты исследования структурированы по методу SWOT-анализа и приведены в таблице 1.

SWOT-анализ жилищно-коммунального хозяйства ДНР

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - опыт работы и высокий уровень квалификации сотрудников; - рост общего объема выполненных работ по восстановлению инфраструктуры города и жилищного фонда; - конкурентные преимущества, естественные и созданные факторы превосходства. 	<ul style="list-style-type: none"> - внутренние экономические факторы нестабильности; - значительные разрушения в результате боевых действий объектов жилищного фонда; - миграционный отток населения; - неблагоприятное финансовое положение жителей города; - недостаток собственных средств; - низкая мотивация сотрудников; - высокая себестоимость услуг; - высокая степень износа основных фондов.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - создание альтернативных форм обслуживания жилья; - повышение уровня благоустройства города; - обеспечение сохранности жилищного фонда; - создание усовершенствованных форм коммунального обслуживания с внедрением электронной системы оплаты коммунальных услуг; - благоприятные тенденции и внешние потенциалы развития жилищного хозяйства города. 	<ul style="list-style-type: none"> - вероятность проведения боевых действий и увеличение поврежденных объектов жилищного фонда; - экономический спад; - низкая платежеспособность населения; - несоответствие утвержденных тарифов себестоимости обслуживания жилья; - высокий уровень налогообложения; - отсутствие в необходимых объемах средств для ремонта объектов жилищного фонда может привести к непредсказуемым последствиям.

Стратегический подход к процессу управления позволит предприятиям своевременно и адекватно реагировать на изменения в макро- и микросреде их функционирования, формировать собственные конкурентные преимущества путем использования ключевых факторов их успеха для достижения ими стратегических целей [3].

Рассмотрев возможности ЖКХ, его слабые и сильные стороны, проведя анализ угроз, исходящих из внешней среды, и ознакомившись с основными принципами выработки стратегии, можно определить ряд мероприятий для повышения эффективности деятельности жилищной организации:

1) обеспечить подготовку и переподготовку кадров отрасли, провести аттестацию работников ЖКХ;

2) внедрить современные методики эффективного менеджмента;

3) осуществить своевременное выполнение платежей согласно заключенным договорам с подрядными и ресурсоснабжающими организациями;

4) произвести выравнивание коммунальных тарифов между основными группами потребителей;

5) усовершенствовать системы льгот по оплате услуг ЖКХ;

6) разработать программы капитального ремонта жилищного фонда города на перспективный период и др.

Изложенный выше материал дает возможность утверждать, что элементы внутренней и внешней среды предприятия тесно переплетены и зависят друг от друга.

Заключение. Жилищно-коммунальное хозяйство остается наиболее проблемной сферой, что связано с высоким процентом износа основных фондов, отсутствием инвестиций для модернизации сетей и оборудования, неэффективным механизмом установления тарифов.

Эффективное функционирование сферы ЖКХ в современных условиях невозможно без проведения ускоренной модернизации ее коммунальной инфраструктуры и повышения качества предоставляемых услуг. Реализация указанных мероприятий в этой сфере должна основываться на максимальном учете экономических, финансовых и других интересов ее институциональных агентов – производителей услуг, а также непосредственных потребителей этих услуг.

Список литературы

1. Стаханов Д. В. Стратегическое управление жилищно-коммунальным хозяйством (ЖКХ) как социально-экономической системой / Д. В. Стаханов // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. – 2015. – № 1. – С. 108-112.
2. Современный стратегический анализ: учебное пособие / Е.Ю. Кузнецова [и др.]; под общей ред. проф., д-ра экон. наук Е.Ю. Кузнецова. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 131 с.
3. Cyberleninka.ru: научная электронная библиотека: сайт – Москва, 2012. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vnutrenney-i-vneshney-sredy-predpriyatiya-zhilischno-kommunalnogo-hozyaystva> (дата обращения: 03.10.2020).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И РАЗРАБОТКА МЕР ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ

Хромов Н.И., д-р. экон. наук, доц.,

Козак Д.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

dasha.kozak.91@mail.ru

Введение. Важнейшим условием для динамичного развития любого государства является формирование эффективной налоговой системы, с помощью которой формируется инвестиционный климат в регионе, создаются благоприятные условия для осуществления политических, общественных, экономических и социальных функций путем ее влияния на хозяйственную деятельность, а также за счет поступления средств в бюджет.

Целью исследования является анализ налоговой системы Донецкой Народной Республики (ДНР) и разработка теоретических рекомендаций по совершенствованию механизма регулирования системы налогообложения.

Основная часть. Основным нормативным актом, который регламентирует организационно-правовые вопросы начисления и взимания налогов в Донецкой Народной Республике, выступает принятый Постановлением Народного Совета Закон «О налоговой системе» от 25.12.2015 года. Кроме того, особенности, касающиеся налогов, могут устанавливаться и другими правовыми или нормативными актами, например, указами Главы ДНР и постановлениями Правительства ДНР.

Налоговая система ДНР предусматривает два налоговых режима: общий и специальный. Для субъектов хозяйствования установлены 7 типов специальных налоговых режимов, которые могут предусматривать особый порядок определения элементов налогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельных налогов и сборов [3].

Налоги в Республике подразделяются на республиканские и местные [3]. Данное разделение используется в налоговых системах многих стран мира и устанавливает в законодательном порядке перечень указанных налогов и целесообразность их дальнейшего распределения между бюджетами различных уровней.

В 2018 г. сохранилась положительная тенденция по наращиванию доходной части бюджета ДНР, прирост налоговых поступлений составил 29,1 % по сравнению с 2017 г. По наиболее значимым (бюджетообразующим) налогам и сборам прирост поступлений представлен на рис. 1 [2].

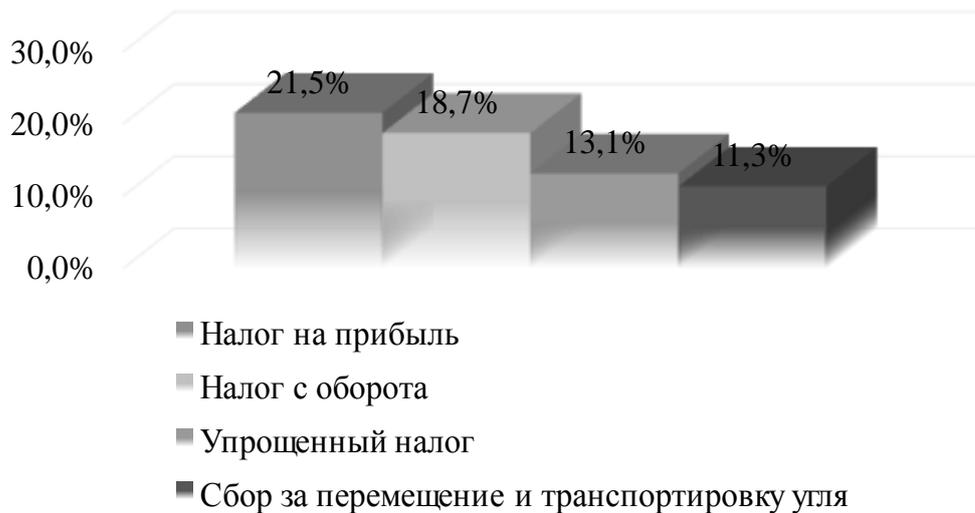


Рис. 1. Рост налоговых поступлений в бюджет ДНР

В 2018 г. отмечена положительная динамика роста средней заработной платы и официально трудоустроенного населения, что отразилось на приросте поступлений по подоходному налогу – 37,6 %, по единому взносу – 40,8 % [1].

Основным приоритетом налоговой политики является создание прозрачной налоговой среды и равных условий ведения бизнеса для всех субъектов хозяйствования Республики. Сокращение количества выездных проверок на 24,6 % свидетельствует о повышении налоговой дисциплины и грамотности налогоплательщиков [4].

Принятие данного Закона «О налоговой системе» происходило в условиях падения производства, сложной военно-политической и социальной обстановки, и поэтому, документ содержит ряд положений, требующих дальнейшего пересмотра и корректировки. Недостатки налогового законодательства ДНР:

- налоговое законодательство не обеспечивает в полной мере права налогоплательщиков при осуществлении действий предоставления отчетности, администрирования налогов;
- двойное налогообложение, сочетающееся с непропорционально высокой налоговой нагрузкой на экономические субъекты по налогам на прибыль и с оборота;
- отсутствие налоговых каникул, отсрочек и льгот.

Также большой проблемой являются всевозможные схемы ухода от уплаты налогов. Перед Правительством ДНР стоит серьезная задача – четко определить возможности налогового планирования, не повторяя ошибок пережитка прошлых лет, избегая неточностей и намеренных искажений предыдущего законодательства.

Для исчисления налоговой базы по налогу на прибыль в России являются данные налогового учета, в то время как в Украине базу

определяют путем корректировки прибыли, полученной по данным бухгалтерского учета на установленные разницы, перечень которых приведен в Налоговом Кодексе. В свою очередь, в нашей республике налогооблагаемую прибыль исчисляют как разницу между валовыми доходами и расходами, состав которых определяется Законом «О Налоговой системе», как следствие – требуется вести отдельный налоговый учет, т.к. вместо бухгалтерской прибыли используется специфическая, налоговая прибыль. Это влечет за собой высокие затраты и низкую эффективность налогообложения.

Заключение. Анализ налоговых поступлений показал, что имеют место положительные тенденции. Наибольший доход приносят налог на прибыль, налог с оборота, упрощенный налог, сбор за перемещение и транспортировку угля. Современная методика расчета налога на прибыль в ДНР имеет существенные недостатки, в связи с чем, для более эффективного функционирования налоговой системы республики уместно обратить внимание на международный опыт в вопросе налогообложения прибыли и перейти на использование принципиально иной методики.

Предложены следующие основные рекомендации совершенствования налоговой системы ДНР: снизить общую налоговую нагрузку; упорядочить налоговое законодательство; увеличить доходы бюджета за счет выведения бизнеса «из тени»; обеспечить стабильность налогового законодательства хотя бы в среднесрочной перспективе; усовершенствовать методики исчисления налогов; усовершенствовать налоговый документооборот.

Таким образом, реализация предложенных рекомендаций позволит сформировать эффективную налоговую систему.

Список литературы

1. Министерству доходов и сборов удалось обеспечить рекордные темпы роста налоговых поступлений [Электронный ресурс]. – URL: <http://smdnr.ru/ministerstvu-dohodov-i-sborov-udalos-obespechit-rekordnyetempy-rosta-nalogovyx-postuplenij-lavrenov>.
2. Налоговые поступления в бюджет ДНР в 2018 г. Увеличились почти на 30% [Электронный ресурс]. – URL: <https://dan-news.info/politics/nalogovye-postupleniya-v-byudzheth-dnr-v-2018-godu-velichilis-pochti-na30-procentov-lavrenov.html>.
3. О налоговой системе: Закон Донецкой Народной Республики от 25 декабря 2015 г. № 99-ИНС: [принят Народным Советом 25 декабря 2015 г.: по состоянию на 24 сентября 2020 г.] // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – URL: <https://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnojrespubliki>.
4. О развитии финансовой системы ДНР [Электронный ресурс]. – URL: <https://rusvesna.su/news/1551538723>.

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Хромов Н.И., д-р экон. наук, доц.,

Могиллина А.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

angelamogilina@gmail.com

Введение. Управленческая деятельность является неотъемлемой составляющей любого вида хозяйственной деятельности. Грамотно сформированная политика управления дает возможность хозяйствующим субъектам избежать рисков, сохранить завоеванные рыночные позиции и выжить в конкурентной борьбе. В условиях динамично изменяющегося внешнего окружения эффективное управление представляет собой ценный ресурс организации, наряду с финансовыми, материальными, человеческими и другими ресурсами. В этой связи повышение эффективности управленческой деятельности становится одним из ключевых направлений совершенствования деятельности предприятия в целом.

Рассмотрению вопросов, связанных с поиском способов повышения эффективности управленческой деятельности посвящены работы таких ученых как: П. Беляцкий, А. П. Шмелева, О.С. Виханский, А.И. Наумова, Б. Мильнер, А. Файоль, П. Друкер, Л. Фаткин, Д. Петросян и др.

Целью исследования является рассмотрение способов и методов повышения эффективности управленческой деятельности на примере хозяйствующего субъекта.

Основные результаты. Эффективное управление является ключевым элементом, который обеспечивает предприятию достижение поставленных целей. Качество управления организацией зависит от множества факторов. К числу приоритетных факторов повышения эффективности управленческой деятельности можно отнести следующие: правильно построенная структура организации, рациональное и эффективное разделение труда, наличие необходимых производственных ресурсов, использование современных технологий и ряд других. Важным элементом повышения эффективности деятельности как предприятия, так и хозяйственного комплекса является формирование механизма повышения эффективности управленческой деятельности.

Механизм повышения эффективности управления деятельностью предприятия является сложным инструментом. Основной функцией данного механизма является поддержание и обеспечение динамики роста эффективности управленческой деятельности, направленной на достижение стоящих перед предприятием целей [1].

К ключевым инструментам механизма повышения эффективности управленческой деятельности можно отнести следующие: управление знаниями; изменения в управленческой деятельности; управление развитием организации; стратегию компании; систему управленческого учета; структуру ответственности; планирование системы показателей эффективности; систему показателей эффективности и другие [2].

С целью наглядного отображения реализации путей и методов повышения эффективности управленческой деятельности в качестве базового места исследования выбрано ПАО «НК «Роснефть» – лидер российской нефтепереработки.

Основными видами деятельности ПАО «НК «Роснефть» являются поиск и разведка месторождений углеводородов, добыча нефти, газа, газового конденсата, реализация проектов по освоению морских месторождений, переработка добытого сырья, реализация нефти, газа и продуктов их переработки на территории России и за ее пределами.

В компании ПАО «НК «Роснефть» система корпоративного управления выстроена с учетом признания предусмотренных законом прав заинтересованных лиц, активного сотрудничества с заинтересованными лицами с целью повышения финансового благополучия предприятия, соблюдения стандартов социальной ответственности в деятельности предприятия и создания рабочих мест.

Помимо вышеперечисленных приоритетов, к ключевым аспектам корпоративного управления ПАО «НК «Роснефть» относится обеспечение притока внешнего капитала в развитие предприятия. Корпоративное управление ПАО «НК «Роснефть» основано на признании существенного значения вклада всех заинтересованных лиц в долгосрочную успешную деятельность Компании.

Несмотря на преимущества разработанной системы корпоративного управления ПАО «НК «Роснефть» в реальных условиях предприятие имеет некоторые проблемы.

К числу основных проблем осуществления эффективной деятельности предприятия можно отнести следующие:

- высокая долговая нагрузка;
- зависимость от трубопроводной инфраструктуры Газпрома и Транснефти;
- контроль государства, который в значительной степени ограничивает гибкость в принятии инвестиционных решений;
- подверженность политическому риску.

Для решения вышеперечисленных проблем и повышения эффективности управленческой деятельности необходимо:

- повышение качества всей выпускаемой продукции с целью замещения аналогичной импортной продукции;
- достижение максимально возможного уровня реализации нефтепродуктов через биржевые площадки;

- создание устойчивого технологического преимущества перед конкурентами;
- интенсификация добычи природных ресурсов с соблюдением принципов устойчивого развития;
- развитие газового бизнеса;
- усиление качества инвестиционного и проектного управления;
- технологическое развитие и переход к более широкому использованию цифровых технологий;
- совершенствование системы управления персоналом.

На основании проведенного анализа системы управления предприятием предлагаются следующие мероприятия по совершенствованию системы управления персоналом:

1. Улучшение системы набора и подготовки кадров.
2. Периодическое повышение квалификации работников.

Эффективное использование потенциала работников должно включать в себя: планирование и совершенствование работы с персоналом, поддержку и развитие способностей и квалификации работников.

Для реализации данной стратегии рекомендуется проводить специальные тренинги с профессиональными преподавателями, позволяющие преодолевать трудности в работе, повышать уровень знаний и умений.

Заключение. Эффективность управления представляет собой интегральный показатель, который объединяет в себе взаимосвязанные и взаимосогласованные виды деятельности всех подразделений предприятия. Повышение эффективности управленческой деятельности является одним из направлений совершенствования деятельности предприятия в целом. Компания ПАО «НК «Роснефть» разработало программу корпоративного управления. Разработанные мероприятия по повышению эффективности управленческой деятельности ПАО «НК «Роснефть» – это целостный и связный механизм, позволяющий компании повысить эффективность своего функционирования и достичь поставленные цели развития.

Список литературы

1. Шмелева А. П. К вопросу проектирования систем управления организацией / А. П. Шмелева // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – № 2. – С. 45-49.
2. Щербакова С. А. Путь повышения эффективности деятельности предприятия / С. А. Щербакова // Молодой ученый. – 2016. – № 9. – С. 63-65.

СОДЕРЖАНИЕ

Экономика предприятия

<i>Балакай О.Б., Шатрова Л.Г.</i> Налоговое планирование как инструмент оптимизации налогообложения на предприятии.....	5
<i>Бондаренко В.А.</i> Формирование и управление инвестиционным портфелем предприятия с использованием ситуационного моделирования.....	8
<i>Бычкова О.В., Возжсова В.В.</i> Модель Альтмана как метод оценки вероятности банкротства предприятия	11
<i>Еропутова О.А.</i> Современные тенденции развития финансового рынка.....	14
<i>Завгородняя Ю.В.</i> Ключевые аспекты внутренней среды сельскохозяйственных предприятий.....	17
<i>Иванова Т.Л., Юрьева А.А.</i> Особенности разработки и реализации экономической стратегии предприятия.....	20
<i>Иванова Т.Л., Ясиненко Н.В.</i> Деловая стратегия фирмы как симбиоз ряда стратегий....	23
<i>Комисова М.М.</i> Особенности формирования спроса на продовольственные товары....	26
<i>Кондрашова Е.А.</i> Развитие цифровых бизнес-моделей предприятия в системе обеспечения экономической безопасности	29
<i>Мудревский А.Ю.</i> Инновационный потенциал предприятия и факторы влияющие на него	32
<i>Селиванова Ю.В., Куликова О.В.</i> Оценка антикризисного потенциала как фундамент принятия управленческих решений на предприятии	35
<i>Селиванова Ю.В., Наборщикова Е.Г.</i> Особенности реинжиниринга бизнес-процессов предприятия в условиях кризиса.....	38
<i>Стрелина Е.Н.</i> Роль межпредметных связей в изучении дисциплины «Проектный анализ» образовательных программ «Экономика предприятий» и «Экономическая безопасность»	41
<i>Тофан А.Л.</i> Механизм антикризисного управления на основе реализации инвестиционной политики в Донецкой Народной Республике	44
<i>Фоменко А.С.</i> Роль внедрения новых подходов управления в повышении эффективности функционирования нефтегазовых компаний.....	48
<i>Щетинская Я.В.</i> Социальное предпринимательство как фактор экономической безопасности государства	51

Менеджмент

<i>Быкова М.В.</i> К вопросу о корпоративной социальной ответственности современных организаций	54
<i>Вертиль Н.Н., Бедин Е.Д.</i> Современные подходы к оценке эффективности деятельности организации	57
<i>Гришина И.В.</i> Структурные факторы эффективности полисубъектных сред в процессе управления изменениями.....	60
<i>Комарницкая Е.В.</i> Коадаптация как комплекс мероприятий по управлению конкурентными преимуществами предприятия	63

<i>Кострова Ю.Б., Костров Б.А.</i> Сбалансированное управление в системе корпоративного менеджмента.....	66
<i>Кравец Е.О., Луцык Ю.Н.</i> Управление конфликтами в общеобразовательных организациях.....	68
<i>Кужелева А.А.</i> Оценка выбора метода стратегического анализа региональных социально-экономических систем.....	71
<i>Кужелева А.А., Акимова Д.В.</i> Формирование стратегии предприятия на основе корпоративной социальной ответственности.....	74
<i>Лящук Ю.О.</i> К вопросу о разработке экологической политики предприятия.....	77
<i>Новикова И.И., Краснощек К.Ю., Смольникова К.С.</i> Особенности структуры системы управления персоналом при реализации долгосрочных целей и задач организации.....	80
<i>Новикова И.И., Смольникова К.С., Краснощек К.Ю.</i> Концепция процесса формирования кадров профессиональных руководителей в социально-экономической системе организации.....	83
<i>Половян А.В., Гурова Е.Г.</i> Специфика управления организацией в сфере арт-бизнеса.....	86
<i>Половян А.В., Иванченко А.Е.</i> Понятие декаплинга в концепции «зелёная» экономика.....	89
<i>Половян А.В., Синицына К.И.</i> Инструменты стратегического планирования развития экономики.....	92
<i>Половян А.В., Уткина Л.А.</i> Разработка корпоративных интегрированных систем менеджмента с интегральной оценкой результативности.....	95
<i>Половян А.В., Ялунер А.Ф.</i> Опыт применения smart-технологий для реализации принципов устойчивого развития.....	98
<i>Харченко В.А.</i> Методологическая основа формирования системы управления развитием предприятия.....	101
<i>Шемяков А.Д., Меркулов М.В.</i> Совершенствование организационной культуры органа государственной власти с использованием внутренних коммуникаций.....	104

Маркетинг

<i>Ахметова Г.З., Маковецкий М.Ю., Рудаков Д.В.</i> Нейромаркетинг – инновационный способ повышения продаж.....	107
<i>Беспятая М.Н.</i> Тенденции в цифровизации рыночной аналитики.....	110
<i>Божко Е.В.</i> Направления развития логистической системы организации.....	113
<i>Германчук А.Н., Балабанова И.В.</i> Диагностика стратегического управления маркетинговым потенциалом предприятия.....	116
<i>Долматович И.А., Головизнина О.А.</i> Оценка коммуникативной эффективности интернет-маркетинговых коммуникаций.....	119
<i>Дробот А.Н.</i> Тенденции развития рынка мяса и мясопродуктов Луганской Народной Республики.....	122
<i>Дудник В.В.</i> Каннибализация бренда.....	125

<i>Ибрагимхалилова Т.В.</i> Неэтичные методы продвижения и этические принципы маркетинговых коммуникаций	128
<i>Ибрагимхалилова Т.В., Моголюк В.В.</i> Внедрение инновационных технологий продвижения в деятельность предприятия.....	131
<i>Кузнецов И.А., Шевяков А.Ю., Беляев А.В.</i> Интернет-маркетинг как эффективный экономический инструмент в развитии организаций сферы туризма	134
<i>Маковецкий М.Ю., Рядчин А.Н.</i> Построение клиентоориентированной стратегии на предприятии среднего бизнеса и определение путей ее оптимизации.....	137
<i>Молохова Я.О.</i> Проблемы развития логистики в Донецкой Народной Республике .	140
<i>Петенко И.В.</i> Стратегии развития структур коммерческого посредничества.....	143
<i>Петенко И.В., Петенко А.В.</i> Организационная культура и организационное взаимодействие.....	146
<i>Саенко В.Г., Ракульцев К.Б., Лелека Н.Е.</i> Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия	149
<i>Святелик Н.П.</i> Влияние пандемии на маркетинг и поведение потребителей.....	152
<i>Чижова Н.Е.</i> Влияние рисков логистических систем предприятий на повышение эффективности их деятельности.....	155
<i>Чимирис С.В.</i> Ключевые факторы развития туризма в Крыму.....	158
<i>Шибаршина О.Ю.</i> Современные тенденции развития рынка молока в Российской Федерации.....	161

Управление персоналом и экономика труда

<i>Балтачеева Н.А., Николаева В.А.</i> Совершенствование системы оплаты и стимулирования труда персонала	164
<i>Бовсуновский В.В.</i> Управление карьерой младшего офицерского состава силовых структур Донецкой Народной Республики	166
<i>Бунтовская Л.Л., Деревянченко О.С.</i> Влияние социально-трудовых конфликтов на конкурентоспособность предприятий.....	169
<i>Важинская В.В., Горбач С.В.</i> Решение проблем занятости молодежи в Донецкой Народной Республике	172
<i>Варзин В.В.</i> Актуальные тенденции в сфере оплаты труда и занятости в Российской Федерации	175
<i>Васильев А.С.</i> Классификация производственных факторов, формирующих условия труда.....	178
<i>Воробьева О.Г.</i> Исследование политики занятости и потребностей в кадрах в Донецкой Народной Республике	181
<i>Ганич Л.В.</i> Психологические аспекты, влияющие на работоспособность работников в организации.....	184
<i>Гурьянов А.Б.</i> Анализ зарубежных подходов к мониторингу трудовых ресурсов....	187
<i>Елисеева Н.А., Заводчикова А.Е.</i> Современные методики закрепления персонала в организации для снижения текучести кадров	190
<i>Ибрагимхалилова Т.В., Балдынюк А.И.</i> Подходы к мотивации персонала инновационно-активного предприятия.....	193

<i>Иванова Е.Ю., Машенцева Н.Г.</i> Перспективные направления организационной и кадровой работы в органах власти и управления	196
<i>Карпенко Н.А.</i> Коучинг как инструмент развития персонала	199
<i>Ковтун Е.В.</i> Безработица как элемент современного рынка труда	202
<i>Колесниченко Е.А., Якунина И.Н.</i> Особенности стимулирования государственных гражданских служащих.....	205
<i>Коржова Д.А.</i> Цифровой нómадизм, как профессия будущего	208
<i>Ложкомоева Е.Н.</i> Необходимость планирования персонала в организации	211
<i>Лукьянова К.К.</i> Проблемы трудоустройства молодежи в современных условиях....	214
<i>Лукьянченко Н.Д., Денисов Д.В.</i> Совершенствование кадровой политики организации посредством реализации инновационных кадровых технологий.....	217
<i>Лукьянченко Н.Д., Очеретко Т.А.</i> Совершенствование системы обучения и развития персонала организации в современных условиях	220
<i>Машенцева Н.Г., Иванова Е.Ю.</i> Развитие городского хозяйства как часть социально-экономической политики региона	223
<i>Савина И.В.</i> Формирование организационной культуры в организациях малого бизнеса.....	226
<i>Савина И.В.</i> Эффективность управления персоналом на предприятии	229
<i>Саенко В.Г., Чурсина А.А., Чуев А.А.</i> Повышение эффективности управления кадрового потенциала учреждения.....	232
<i>Саенко В.Г., Шавыкин А.В., Мельник Н.В.</i> Увеличение работоспособности человека как основного компонента управления персоналом.....	235
<i>Севрюкова С.В.</i> Человеческий капитал компании в условиях нестабильной экономики.....	238
<i>Суптелo Н.П.</i> Особенности кадровой политики крупной финансовой организации..	241
<i>Торба А.А.</i> Человеческий потенциал как основа развития экономики знаний.....	244
<i>Хачатрян А.А.</i> Управление персоналом и экономика труда	247
<i>Цехан С.И.</i> Мотивация персонала организации в условиях кризиса.....	249
<i>Черкашина Л.В.</i> Критерии для оценки профессиональной пригодности	252
<i>Черкашина Л.В.</i> Основные этапы разрешения конфликтов в трудовом коллективе	255
<i>Шаповалова Э.В.</i> Проблема миграции в Донецкой Народной Республике	258
<i>Штреккер И.А.</i> Рекомендации по подготовке кадров в конкретных ситуациях	260

Прикладная экономика, математические методы и модели

<i>Бабий А.В.</i> Общие принципы комплексного управления бизнес-процессами в промышленном и потребительском машиностроении	263
<i>Белоброва Н.В.</i> Методический подход к оценке степени соответствия промышленных предприятий критериям экономики знаний.....	266
<i>Гладкова Л.А.</i> Анализ финансовой устойчивости предприятия (на примере ООО «Сетрополис»)	269
<i>Гладкова Л.А., Харченко А.В.</i> Инновационная деятельность предприятия в условиях кризиса.....	272

<i>Горчакова И.И., Головин В.В.</i> Обзор основных показателей мировой выставочной индустрии.....	274
<i>Дончевский Г.Н., Затынайченко Е.Д.</i> К вопросу оценки степени влияния человеческого капитала на инновационное развитие региона	277
<i>Дончевский Г.Н., Карабет Е.С.</i> Прикладные инструменты оценивания показателей социально-экономического развития территории.....	280
<i>Загурская Т.Н.</i> О принципах управления инновационным развитием региона на основе формирования человеческого капитала	283
<i>Колесник Л.И.</i> Постановка задачи моделирования аварийности на промышленном предприятии.....	286
<i>Колесник Л.И., Лубенская В.В.</i> Моделирование деятельности предприятия розничной торговли	289
<i>Курносова О.А.</i> Декомпозиция процесса формирования стратегии логистического сервиса промышленных предприятий в условиях цифровизации	292
<i>Половян А.В., Лепя Р.Н., Курносова О.А., Высокский А.Е.</i> Концепция моделирования процессов анализа и прогнозирования экономики Донецкой Народной Республики.....	294
<i>Поликов Ю.Н., Бадевич Д.К.</i> Прикладные инструменты пространственного распределения ресурсов при управлении экономикой региона.....	298
<i>Поликов Ю.Н., Громыко Ю.В.</i> Прикладной анализ деятельности службы управления персоналом на предприятии.....	301
<i>Поликов Ю.Н., Сирота А.А.</i> Государственные закупки как прикладной инструмент стратегического планирования.....	304
<i>Сухинин А.В.</i> Основные подходы к анализу функционирования современного рынка труда (на примере г. Краснодар)	307

Национальная и региональная экономика

<i>Антамошкина Е.Н.</i> Продовольственная безопасность национальной экономики в условиях импортозамещения.....	310
<i>Баранов Д.Н.</i> Разработка комплекса мероприятий по развитию энергетического комплекса арктической зоны России	313
<i>Батракова Л.Г.</i> Молодежная безработица как одна из проблем современной экономики	316
<i>Беляев А.В., Никитина И.А., Завадская В.О.</i> Контроль качества и организация обслуживания клиентов во время эпидемиологической ситуации.....	319
<i>Выжимова Н.Г., Кузьмин А.В.</i> О работе главы муниципалитета в современных условиях	322
<i>Гетманцев К.В., Зайцева Е.А.</i> Управление развитием Краснодарской городской агломерации: проблемы и перспективы	324
<i>Дубель В.М.</i> Поиск оптимальной модели развития региона с учетом основных тенденций мирового развития	326
<i>Дубель В.М., Шумилова Э.С.</i> Основные направления развития здравоохранения в современных условиях	329

<i>Закотнюк О.Л.</i> Социально-экономические и демографические тенденции развития российских регионов – опыт территориального управления	332
<i>Капыльцова В.В., Картамышев А.А.</i> Управление кластерными объединениями	335
<i>Карпенко Е.В.</i> К вопросу об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления.....	338
<i>Кириллова А.В.</i> Самообеспеченность зерном как индикатор продовольственной безопасности и независимости Российской Федерации	341
<i>Козлов А.А., Козлова Г.В.</i> Религиозная составляющая экономической жизни общества	344
<i>Кондраков И.В., Кондраков О.В., Беляев А.В.</i> Подходы к управлению потребительскими предпочтениями	347
<i>Кондраков И.В., Кондраков О.В., Шевяков А.Ю.</i> Совершенствование деятельности предпринимательских структур на основе использования концепции ориентации на потребителя	350
<i>Кострова Ю.Б.</i> Современные тенденции развития рынка органической продукции в РФ.....	353
<i>Кошелева Е.Г., Чернявская Т.Г.</i> Государственное управление ВЭД в условиях политико-экономической нестабильности.....	356
<i>Кужелева А.А., Ибрагимхалилова Д.В.</i> Дорожные карты как универсальный инструмент стратегического планирования муниципальных образований	359
<i>Кузьменко Р.В., Бечвая И.Е.</i> Форсайт-технологии в инновационном развитии Донецкой Народной Республики	362
<i>Маковецкий М.Ю.</i> Межрегиональные дисбалансы как угроза экономической безопасности российской федерации	365
<i>Маковецкий М.Ю., Ковалев И.Ю.</i> Инновационная деятельность как фактор повышения эффективности хозяйственной деятельности	368
<i>Маковецкий С.А., Замиралов Д.А.</i> Тарифная политика как составная часть экономической безопасности предприятий	371
<i>Мартынушкин А.Б.</i> Рациональная химизация как фактор развития отрасли растениеводства	374
<i>Мачалкин С.Е., Морева С.Н., Плужников И.А.</i> К вопросу о создании коворкинговых зон в гостиницах.....	377
<i>Морева С.Н., Мачалкин С.Е., Иванов А.А.</i> Сервисная деятельность как инструмент повышения качества жизни людей.....	380
<i>Мудревский А.Ю., Барановский В.С.</i> Инвестиции в нефтеперерабатывающую отрасль России	382
<i>Нарыжный Н.А.</i> Рецепты обеспечения интеллектуального лидерства в мировом пространстве: опыт Китая и США	385
<i>Оленичева Ю.А.</i> Дефляция и методы ее регулирования	388
<i>Пудовкина О.Е.</i> Стратегическая модернизация предприятий промышленности в условиях цифровизации.....	391
<i>Романова Н.В.</i> Статистическая оценка качества трудовой жизни работников Российской Федерации	394

<i>Тарасова М.В., Тарасов С.А.</i> Возможные пути решения проблемы с пресной водой на территории Крымского полуострова	397
<i>Тищенко Е.В.</i> Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в Луганской Народной Республике	400
<i>Федоскина И.В.</i> Российский машинно-тракторный парк: тенденции развития.....	403
<i>Хромов Н.И., Воронова А.С.</i> Стратегический анализ управления жилищно-коммунальным хозяйством Донецкой Народной Республики	406
<i>Хромов Н.И., Козак Д.В.</i> Современное состояние и разработка мер по совершенствованию налоговой системы	409
<i>Хромов Н.И., Могилina А.В.</i> Пути повышения эффективности управленческой деятельности	412

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ДОНЕЦКИЕ ЧТЕНИЯ 2020:
ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ИННОВАЦИИ,
КУЛЬТУРА И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ**

Материалы
V Международной научной конференции
17-18 ноября 2020 г.,
г. Донецк

ТОМ 3
Экономические науки
Часть 1

под общей редакцией проф. *С.В. Беспаловой*

Ответственный за выпуск доц. *А.А. Кужелева*

Дизайн обложки	<i>Е.Г. Грудева</i>
Технический редактор	<i>М.В. Фоменко</i>
Компьютерная верстка	<i>Ю.С. Воробьева</i>

Адрес оргкомитета:

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
ул. Университетская, 24, г. Донецк, 83001, ДНР.
E-mail: *science.prorector@donnu.ru*

Подписано в печать 12.11.2020 г.
Формат 60×84/16. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 24,61.
Тираж 100 экз. Заказ № 20ноя155/4.
Донецкий национальный университет
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.