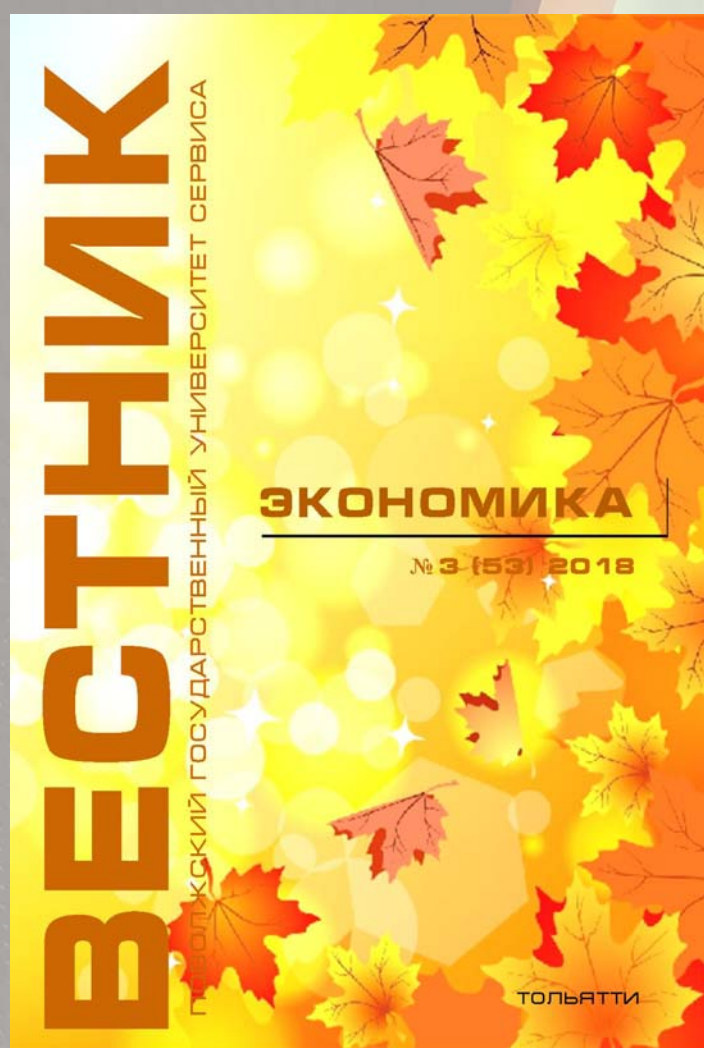


Следующий выпуск
в октябре 2018 года



**МАТЕРИАЛЫ ПРИНИМАЮТСЯ
В СЛЕДУЮЩИЕ РУБРИКИ:**

1. Макроуровень

- А) Экономическая политика: стратегия и тактика
- Б) Межгосударственное управление
- В) Международный опыт
- Г) Государственное управление
- Д) Управление социальным развитием

2. Мезоуровень

- А) Региональное развитие
- Б) Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление
- В) Региональный маркетинг
- Г) Рынки: состояние и развитие

3. Микроуровень

- А) Управление человеческими ресурсами
- Б) Менеджмент и маркетинг
- В) Инвестиции и инновации
- Г) Предприятия
- Д) Информационные технологии
- Е) Технологии управления
- Ж) Маркетинговое управление
- З) Финансы, денежное обращение и кредит

4. Математические и инструментальные методы экономики.

5.

- А) Дискуссии и обсуждения
- Б) Точка зрения
- В) Краткие сообщения

Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>

ВЕСТНИК ПВГУС ЭКОНОМИКА ВЫПУСК № 2 (52)

2018

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 2 (52) 2018

ТОЛЬЯТТИ

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.

СЕРИЯ «ЭКОНОМИКА»

№ 2 (52) – 2018 июнь

Журнал основан в 1995 г.
Выходит 4 раза в год

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (редакция февраль 2010 г.)

16+

Учредитель

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Главный редактор – Ерохина Л. И., д.э.н., профессор, ректор ПВГУС

Редакционная коллегия:

Ерохина Лидия Ивановна

д.э.н., профессор, ректор ПВГУС –
председатель редакционной коллегии (главный редактор)

Башмачникова Елена Валентиновна

д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика, организация и коммерческая деятельность» –
заместитель председателя редакционной коллегии (зам. главного редактора)

Члены редакционной коллегии:

Иртыщева Инна Александровна –

д.э.н., профессор Николаевского университета кораблестроения
имени адмирала Макарова (Украина)

Чирева Ольга Григорьевна –

д.э.н., доцент Уманского государственного педагогического университета (Украина)

Артюхин Михаил Иванович –

к.ф.н., доцент, руководитель центра мониторинга миграции научных кадров
Национальной академии наук Беларуси

Валиев Шамиль Зуфарович –

д.э.н., профессор, начальник управления стратегического развития, зав. кафедрой
«Региональная экономика и управление» Уфимского государственного университета
экономики и сервиса

Горина Алла Петровна –

д.э.н., профессор Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева

Нечитайло Александр Анатольевич –

д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Издательское дело и книгораспространение»
Самарского государственного аэрокосмического университета
им. академика С. П. Королева (Национальный исследовательский университет)

Фирсова Ирина Анатольевна –

д.э.н., доцент, профессор кафедры «Корпоративное управление»
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Иваненко Лариса Викторовна –

д.э.н., профессор кафедры «Экономика города и муниципальное управление»
Самарского государственного университета

Ответственный секретарь к.э.н., доцент Е. Е. Спиридонова

Редактор Н. Г. Батырева
Технический редактор Н. А. Яковлева

Подписка во всех отделениях связи:
– индекс **84641** каталога агентства «Книга-Сервис» – www.akc.ru

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)
Доступ и подписка на электронную версию журнала – www.elibrary.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-57686, выдано 18 апреля 2014 года
Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Издательско-полиграфический центр
(редакция, издатель, типография)
Поволжского государственного университета сервиса.
445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4.
rio@tolgas.ru, тел. (8482) 222-650.

Подписано в печать 18.06.2018.
Выход в свет 28.06.2018.
Формат 60x80 1/8. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 23,0. Тираж 1000 экз. Заказ 97-18/02. Бесплатно

© Поволжский государственный университет сервиса, 2018

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале
«Вестник ПВГУС. Серия «Экономика», допускается только
с письменного разрешения редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает
с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Требования к материалам, представляемым для публикации в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика»

1. Условия опубликования статьи:

1.1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).

1.2. Представляемая для публикации статья должна быть актуальной, обладать новизной, содержать постановку задач (проблем), описание основных результатов исследования, полученных автором, вывод.

1.3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (РУНЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе РУНЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.

1.4. Представленные к публикации статьи проходят проверку в системе «Антиплагиат» (оригинальность текста статьи должна составлять не менее 90%).

1.5. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.

1.6. Статья должна соответствовать правилам оформления.

2. Правила оформления статьи:

2.1. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителе в формате MS Word по адресу: г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, Издательско-полиграфический центр (ИЗПЦ) – тел. (8482) 222-650 (e-mail: vestnik@tolgas.ru)

2.2. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.

2.3. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.

2.4. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.

2.5. Статья обязательно должна **содержать**:

Блок 1 – на русском языке: УДК, полностью ФИО автора (ов), места их работы без сокращения названий организаций, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов); название статьи, аннотация (200-250 слов), ключевые слова (не более 5-7 слов или словосочетаний).

Аннотация включает следующие аспекты содержания статьи: предмет, тему, цель работы; метод или методологию проведения работы; результаты работы; область применения результатов; выводы.

Ключевые слова – это текстовые метки, представляющие содержание статьи, по которым можно найти статью при поиске и определить предметную область текста.

Блок 2 – на английском языке: название статьи, аннотация, ключевые слова.

Блок 3 – полный текст статьи на русском языке;

Блок 4 – список литературы на русском языке (название «Список литературы»).

2.6. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).

2.7. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисовочными подписями.

2.8. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке приставных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Список литературы должен содержать 20-30 источников, из них не менее 40% – иностранных источников.

2.9. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.

2.10. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.

2.11. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).

2.12. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.

2.13. В анкете указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый, домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.

2.14. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора (ов) и датой.

2.15. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.

2.16. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.

2.17. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

2.18. Статьи, соответствующие пп. 2.1 – 2.17, регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел. (8482) 222-650.

2.19. Статьи публикуются платно (с аспирантов и зарубежных авторов за публикацию рукописей плата не взимается). Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора). Гонорары авторам не выплачиваются.

СОДЕРЖАНИЕ

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

Клипин Алексей Олегович

16

РЕАЛИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЕГО ОЦЕНКА

Проводится глубокий анализ машиностроительного комплекса Российской Федерации. Раскрываются проблемы при реализации механизма импортозамещения и развитии предприятий машиностроения в современных экономических условиях. Систематизированы организационно-административные и экономические меры, позволяющие формировать наиболее эффективный механизм импортозамещения. Разработана модель, позволяющая распределять государственные инвестиции в проводимые мероприятия по созданию и модернизации импортозамещающего и экспортно-ориентированного производства, а также для расчета потенциально возможных эффектов от инвестирования.

В качестве инструментов исследования использовались методы анализа, обобщения и аналогии. Представлены источники, которые отражают эффективность государственных механизмов поддержки предприятий России в целом. Рассматривается более подробно подотрасль машиностроения – производство пищевого оборудования. Предлагается ряд предложений по усовершенствованию механизма импортозамещения на территории РФ. Выявлены преимущества развития производства пищевого оборудования, а также предложены пути решения рассматриваемой проблемы.

Разработана экономико-математическая модель механизма импортозамещения на предприятиях машиностроительной отрасли, позволяющая обосновать целесообразность реализации данного механизма в рамках промышленного кластера. Модель позволяет анализировать процессы, протекающие в структурных подразделениях предприятия, а также выявлять характер и направления их взаимодействия. Процесс управления промышленным предприятием подразумевает осуществлением ряда управленческих решений на разных уровнях, тем самым способствуя оптимизации траектории развития предприятия с учетом основных целей на этапе проведения модернизации. Предложена интегральная оценка механизма импортозамещения, основанная, в отличие от известных, на сопоставлении инвестиционных ограничений и расчета объемов выпускаемой продукции. Представлены выводы, в которых отражена эффективность использования механизма импортозамещения путем предложения интегральной оценки.

Управление социальным развитием

Бочкарев Александр Иванович

25

К ВОПРОСУ О СВЯЗИ ВОЛНОВОЙ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Проблема исследования теоретических и практических оснований дуализма волновой и цифровой экономики в настоящее время становится акту-

альной в связи с развитием интеллектуальных ИТ-технологий, пронизывающих все сферы жизни деятельности, не оставляющих в стороне науку, образование и современную экономику, которая имеет в соответствии с научным принципом дополнительности тенденцию оцифровывания результатов.

Быстрое изменение технологий в среде обитания современного человека повышает уровень неопределенности и порождает потребность быстрого достижения положительного результата инновационной деятельности, безопасности в нелинейном открытом катастрофическом мире.

В статье на основе синергетического подхода рассмотрены причины и теоретические основания развития современных дискретно-волновых экономических систем по пути от традиционных циклов волновой экономики к современным цифровым технологиям.

Рассмотрен метод анализа тенденций с помощью «языка стрелок», предложенный В. Н. Костюком, позволяющий исследовать состояние экономики в условиях взаимодействия и адаптации к вызовам внешней и внутренней среды.

Выявлена зависимость развития экономической системы в результате анализа тенденций в экономике с применением теоремы В. А. Котельникова при переходе от аналоговой к цифровой экономике в среде культуры инновационной деятельности.

Предложена волновая диаграмма обменных отношений, позволяющая исследовать динамику экономических процессов, снижать неопределенность прогноза результатов изменений.

МЕЗОУРОВЕНЬ

Региональное развитие

Петров Николай Николаевич

30

ПОЛОЖЕНИЯ И ПОДХОДЫ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Статья посвящена изучению проблемы формирования экономической политики регионов. Цель исследования – выявление основных аспектов, необходимых для формирования эффективной экономической политики региона. Предмет исследования – процесс формирования экономической политики регионов Российской Федерации.

Для решения поставленных задач были использованы: методы комплексного анализа, системного анализа и синтеза. Теоретической и методологической базой исследования послужили результаты трудов отечественных и зарубежных ученых. Практическая значимость работы состоит в том, что исследования были проведены на основе наметившихся мировых тенденций в формировании экономической политики в регионах. Было рассмотрено понимание значения экономической политики региона на различных временных этапах развития мировой экономики. Основные положения, определяющие новизну работы, могут быть использованы: Правительством Чувашской Республики при разработке региональных программ развития промышленного комплекса и наращивания промышленно-производственного потенциала региона; в учебном процессе при изучении курса «Региональная экономика». Формирование и скорейшее внедрение в

жизнь грамотной экономической политики позволит решить очень многие социально-экономические проблемы.

Сергеев Алексей Юрьевич

36

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РЕГИОНА

Раскрываются основные особенности механизма мониторинга социально-экономического положения региона на современном этапе развития. Автором предложена методика интегральной оценки уровня социально-экономического развития регионов, основанная на проведении многомерного статистического анализа с последующим ранжированием территорий, что позволит сформировать типологические кластеры по рассматриваемым критериям и дать их экономическую интерпретацию. Методика состоит из ключевых показателей (индикаторов), объединенных в пять блоков территориальной социально-экономической системы, и является основой комплексного мониторинга регионального развития.

Целью работы является формирование концепции эффективного механизма социально-экономического мониторинга региона. Предмет исследования – особенности формирования механизма мониторинга социально-экономического развития региона.

Информационная база исследования состоит из нормативно-правовых актов, регламентирующих основы функционирования региональной экономики и государственного управления социально-экономическими процессами; научных трудов зарубежных и российских авторов по проблемам территориальной подсистемы национальной экономики и формирования системы мониторинга ее развития. Решение задач в работе осуществлялось с помощью общенаучных методов исследования: сбора, обработки, сводки и декомпозиции информации, системно-аналитического и структурно-функционального анализа, синтеза.

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении и совершенствовании концептуальных и методических основ формирования эффективного мониторинга социально-экономического развития региона. Практическая значимость исследования состоит в том, что содержащиеся в работе итоговые положения и рекомендации создают научную основу формирования эффективного социально-экономического мониторинга регионального развития, обеспечивающего территориальную устойчивость и адаптированное к потребностям разных групп пользователей информации.

Результаты работы могут быть использованы региональными органами власти при разработке территориальных программ социально-экономического развития и совершенствования управления развитием региона. Отдельные положения научной работы могут быть использованы в преподавании дисциплин «Региональная экономика», «Государственное и муниципальное управление».

Тохиров Тохиржон Исломжонович

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Рассматриваются основные направления повышения конкурентоспособности регионов за счет развития их транспортной инфраструктуры, обозначены проблемы в её развитии при переходе к современной рыночной экономике, определены направления региональной поддержки формирования транспортной инфраструктуры, отвечающей потребностям повышения конкурентоспособности региона. Определены показатели функционирования транспортной инфраструктуры. Для оценки уровня развития транспортной инфраструктуры территории использованы коэффициенты Энгеля, Гольца, Успенского и Василевского. Приведены некоторые показатели, характеризующие состояние транспортной инфраструктуры в соответствии с данными статистических источников Республики Таджикистан. Произведена группировка и типология территориально-транспортных систем регионов. На основе изучения состояния развития транспортной инфраструктуры выявлены приоритеты её дальнейшего развития. Показано, что в целом горы оказывают существенное влияние на конфигурацию и пересеченность транспортной сети, что проявляется в особенностях формирования и развития транспортной инфраструктуры горных регионов, какими является Согдийская область и Таджикистан в целом.

Иваненко Лариса Викторовна

Кульметьев Роман Игоревич

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Рассмотрены актуальные вопросы развития инновационного предпринимательства на современном этапе. Представлены особенности государственного предпринимательства, которое можно рассматривать в рыночной экономике как интегрированную совокупность предпринимательских организаций. Реализуется государственное предпринимательство через государственные органы управления, которые в соответствии с действующим законодательством наделены полномочиями по управлению государственными и муниципальными предприятиями. Подтверждается, что в период санкционных ограничений возникает острая необходимость в появлении и применении качественно новых инновационных методов при организации предпринимательской деятельности. Предприятия и организации частного сектора, деятельность которых непосредственно связана с инновационными техниками и технологиями, особенно нуждаются в государственной поддержке. Показано, что существует ряд мер по поддержке инновационной деятельности в сфере частного предпринимательства. Действующие сегодня инновационные производственно-территориальные кластеры могут быть представлены и сформированы субъектами инновационного предпринимательства.

Отмечается, что стартапы являются на современном этапе субъектами инновационного предпринимательства и также могут быть членами инновационных производственно-территориальных кластеров.

Зубкова Виктория Олеговна

59

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ГОСТИНИЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Рассмотрена сущность экономической стратегии управления гостиничным предприятием. В соответствии с уровнем принятия бизнес-решений на предприятиях индустрии гостеприимства используют разнообразные виды стратегий: коллективная стратегия (единая для всей организации), стратегия политики бизнеса, стратегии, направленные на функциональность, например: экономическая, производственная, стратегия менеджмента и т. д. Стратегия позволяет определить четкие границы, способствующие выявлению и правильной оценке изменений внешних и внутренних критериев формирования системы конкурентоспособности.

В условиях глобализации и мобильности, возрастания потребностей и ожиданий гостей, развития информационных технологий роль эффективной экономической стратегии гостиничного предприятия возрастает. В статье раскрывается понятие «экономическая стратегия гостиничного предприятия», выявляются особенности ее разработки и принятия.

В ходе исследования использовались такие методы, как сравнение, описание, обобщение. В результате исследования была выявлена роль экономической стратегии управления гостиничным предприятием, сформулированы тенденции развития гостиничного предприятия в современных условиях. Стратегия позволяет определить четкие границы, способствующие выявлению и правильной оценке изменений внешних и внутренних критериев формирования системы конкурентоспособности. Чтобы быть конкурентоспособным, гостиничному предприятию необходимо обладать определенным комплексом конкурентных преимуществ.

В статье делается вывод, что поэтапное внедрение современных технологий управления, обеспечение персонализированного сервиса позволяют гостю чувствовать себя «хозяином положения», готовым к интерактивному взаимодействию с принимающей стороной, откликающейся на пожелания и запросы самого важного ресурса предприятия на рынке услуг – его потребителя, с учетом выявленных и будущих парадоксов потребительского поведения.

Корчагин Павел Валентинович

66

**ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ
СВЯЗЕЙ РЕГИОНОВ РФ**

На современном этапе мировой экономики для развития страны важно приоритетное направление внешнеэкономической политики государства. Внешнеторговые взаимоотношения между странами, объем торгового оборота напрямую влияет на уровень развития экономики государства в целом, так и на сотрудничество в иных сферах и расширение влияния страны на мировой арене. От открытости сотрудничества внешнеэкономической направленности страны зависит заинтересованность иностранных инвесторов в рынке данной страны, что в свою очередь при благоприятном расположении рынка для зарубежных инвесторов зависит в целом развитие всех отраслей, что в

конечном итоге усилит мощь страны на мировом рынке.

Внешняя торговля является инструментом для развития национальной экономики и имеет большое значение для неё, благодаря ей:

- устраняется отсутствие ресурсов и ограниченность внутренних рынков;

- появляется возможность для накопления, увеличение темпов роста экономики страны, индустриализации, рациональное использование рабочей силы и ресурсов, что введет к оптимизации и эффективности производственного процесса и рабочей силы, доходов;

- повышается уровень международной специализации и востребованности страны.

В настоящее время внешнеторговая деятельность российских регионов играет важную роль в реализации внешнеторгового курса Российской Федерации. В последние годы она осуществлялась в условиях сложной геополитической ситуации и принятых рядом западных стран в отношении России санкций, что оказало существенное влияние на объемы и динамику внешней торговли. Однако, как уже было сказано, существенными факторами снижения экономического роста и объемов внешней торговли являются также проблемы российской экономики, связанные с необходимостью ее структурной диверсификации и модернизации на новой технологической основе, так как данные проблемы начались еще до применения внешнеторговых ограничений.

МИКРОУРОВЕНЬ

Управление человеческими ресурсами

Чупайда Александр Михайлович

Варлахова Юлия Борисовна

Бугаев Александр Евгеньевич

РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ: КРАТКИЙ ОБЗОР РЕГУЛИРУЮЩИХ ДОКУМЕНТОВ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматривается понятие «рабочее время», проводится анализ существующих определений рабочего времени, предлагается обобщенное определение рабочего времени. Дается описание каждой характеристики рабочего времени из предложенного определения, значение режима рабочего времени как юридической категории.

Представлен путь развития правового регулирования рабочего времени. Проведен краткий исторический обзор установления режимов рабочего времени в нашей стране. Определено начало установления нормативно-правовой основы института рабочего времени в России – Закон Российской империи от 1897 г., включающий в себя положения о продолжительности и распределении рабочего времени, о ночном времени, о выходных и праздничных днях. Особое внимание уделено анализу нормативных актов прошлого века, содержащих в себе положения о рабочем времени. Определены периоды введения понятий: недельная норма времени, сокращенное рабочее время; введения нормы рабочего времени в количестве 8 часов. Рассмотрены изменения в КЗоТ РСФСР, касающиеся рабочего времени с 1918 года, а также даны некоторые выдержки из действующего Трудового кодекса РФ, актуальные на сегодняшний день. Подробно рассмотрены изменения и

дополнения в Трудовой кодекс РФ за текущий и предыдущий годы.

Раскрыты количественные и качественные характеристики рабочего времени. Даны определения времени производства, жесткого регулирования рабочего времени, гибкого регулирования рабочего времени, сокращенного рабочего режима, скользящего рабочего режима, переменного рабочего режима.

Установлено, что режим рабочего времени в организации определяется правилами внутреннего трудового распорядка, а учет рабочего времени ведется посредством оформления табеля учета рабочего времени, являющегося первичным документом для исчисления заработной платы, премий, доплат, компенсационных и стимулирующих выплат.

В статье даны ссылки на следующие нормативные документы, регулирующие вопросы рабочего времени: Трудовой кодекс РФ, Закон Российской империи от 02.06.1897 г., КЗОТ РСФСР, Конвенции и Рекомендации Международной организации труда, федеральные законы и другие источники.

Менеджмент и маркетинг

Баумачникова Елена Валентиновна

87

Абрамова Любовь Андреевна

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССА

МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Тенденции развития отечественных организаций говорят о постоянной переориентации их на деятельность в рыночных условиях. Это требует адаптации всей структуры управления к новым факторам. В современных условиях развития деятельность организаций опирается на построение перспективных планов, которые должны учитывать особенности самой организации и факторы внешнего окружения. Здесь немаловажное значение уделяется маркетинговому планированию. Применение планирования создает такие важные преимущества, как возможность подготовки к использованию будущих благоприятных условий, улучшение координации действий в организации, увеличение возможности в обеспечении организации необходимой информацией и т.п.

Актуальность выбранной темы в условиях современной экономики заключается в необходимости маркетингового планирования как инструмента, позволяющего организации быть готовой к рыночным колебаниям, повышению конкурентоспособности, привлечению большего количества потребителей, удержанию постоянных клиентов и т.п.

Предприятия

Муравицкая Наталья Константиновна

98

Адушева Анастасия Юрьевна

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА

В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Рассматриваются направления совершенствования учета в концепции устойчивого развития. Особое внимание уделено практике деятельности в области устойчивого развития крупных корпораций. Отмечается, что научные сообщества направлены на формирование концепции устойчивого

развития и выработку ее понятийного аппарата. По мнению российских и зарубежных специалистов, данная концепция – это модель движения вперед, сочетающая в себе три основных аспекта: экологический, экономический и социальный. Констатируется, что в учете зарубежных компаний для руководства принимается документ МФАК: Международный руководящий документ «Учет рационального природопользования». В указанном документе отмечается, что эффективность поставщиков является важной проблемой как на национальном уровне, так и в рамках международных торговых операций, которые имеют неэффективность производственно-сбытовой цепочки с совокупным влиянием на корпоративных покупателей. Сотрудничество с поставщиками в области учета экологических издержек может помочь сократить отходы и затраты, связанные с закупкой сырья, повышением производительности и увеличением экономии за счет сокращения отходов, вызванных неэффективной практикой.

Бубнова Инна Юрьевна

106

АНАЛИЗ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Одним из основных элементов экономики страны, обеспечивающим движение финансовых ресурсов и, соответственно, ее последующее развитие, является банковский сектор. Кредитование, являясь основным видом деятельности коммерческого банка, предполагает присутствие кредитного риска в результате финансовых потерь от невозврата выданных кредитов. Уровень рентабельности и прибыльности коммерческих банков одновременно снижается. В современных условиях неопределенности на финансовых рынках и кризисных явлений в экономике кредитные организации, как институциональный рычаг равновесия между сбережениями и инвестициями, вынуждены совершенствовать механизмы анализа кредитоспособности заемщиков. Анализ кредитоспособности ссудозаемщика затрагивает все этапы процесса кредитных взаимоотношений между кредитором и заемщиком. Он сопровождается подробным исследованием количественных и качественных характеристик потенциального заемщика с позиции их влияния на класс кредитоспособности, качество обеспечения кредита и степень кредитного риска. Согласно данным иностранных исследований (Абду Х., Пуантон Дж.), в настоящее время используется более двадцати подходов к составлению и реализации методик анализа кредитоспособности ссудозаемщика. Это можно объяснить тем, что кредитные учреждения стремятся, с одной стороны, к росту своих кредитных портфелей и расширению объемов кредитования, к сохранению допустимых уровней кредитных рисков, влияющих на прибыль и другие финансовые показатели банка – с другой. В связи с этим особое значение на современном этапе развития экономики приобретает анализ кредитоспособности заемщика, представляющего отдельный, самостоятельный блок комплексного экономического анализа и требующего особого внимания не только со стороны кредитора, но и со стороны ссудозаемщика.

Свиридов Виталий Андреевич

Копылов Андрей Сергеевич

Копылова Светлана Игоревна

112

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОДУКЦИИ

С каждым днем рыночные условия, в которых действуют российский предприятия, требуют новых стратегических разработок в части конкурентоспособности, которые позволят организации выявить его преимущества и потенциальные ресурсы для их осуществления.

Все предприятия и их конкуренты являются звеньями одной цепочки – экономики, поэтому ни одно предприятие не может функционировать без учета деятельности конкурентов. Непременным фактором, определяющим право на существование любой организации, является конкурентная борьба, которая позволяет выделить из большого количества организаций-лидеров, способных производить действительно качественные и актуальные в настоящее время товары и услуги, востребованные населением.

В связи с этим принятие обоснованных решений в пользу повышения конкурентоспособности отдельно взятой организации должно основываться на тщательном изучении особенностей и характеристик конкурентов.

Правильно оценить потенциал конкурентов, их цели и стратегии можно, лишь выявив слабые и сильные стороны конкурентов. Благодаря этому в перспективе необходимо сконцентрироваться на направлениях, в которых конкурент гораздо слабее, и расширить свои собственные преимущества.

Конкурентоспособность – это сложнейшее понятие, имеющее много значений. Любая организация содержит в этом понятии такие аспекты деятельности, как товар или услуга и его основные качества, такие как технология производства, актуальность, доступность для конечного потребителя.

Успех предприятия напрямую зависит от способности предоставлять такие товары и услуги, которые точно отвечают потребностям покупателя и рынка в целом.

Алябьева Елена Михайловна

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

118

На сегодняшний день формированием и поддержанием собственного положительного имиджа занимаются многие организации, связано это с растущей конкуренцией на рынке товаров и услуг. Эта проблема одинаково остра как для государственных организаций и учреждений, так и для коммерческих. Поэтому организациям необходимо проводить систематическую работу по поддержанию имиджа с целью увеличения потока покупателей. Создание благоприятного имиджа организации и эффективное управление им обеспечивает определенный резерв в позиционировании себя на рынке в конкурентных условиях. Но имидж это не только морально-этическая категория, но и еще материальная, так как он способен принести большие доходы.

Имидж обеспечивает организации преимущества и способность к активной конкурентной борьбе. В условиях динамичной и нестабильной ситуации внешней среды организациям необходимо систематически прово-

дить мониторинг общественного мнения об организации с целью определения маркетинговых стратегий, которые будут определять дальнейший план действий по его улучшению и поддержанию. В связи с этим предприятия нуждаются в связях с общественностью и эффективном маркетинге, которые органично связаны с использованием технологий имиджмейкинга.

Формирование и поддержание имиджа относится к актуальным проблемам в области управления предприятием в современных условиях. Устойчивый имидж служит привлекательным символом предприятия на рынке товаров и услуг и способствует наращиванию его потенциала.

Гордеева Ольга Викторовна **СУЩНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** **В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА**

124

Проблемы доведения товаров до населения, формирования спроса на них, выработки определенных потребностей решает реклама. Возрастает ее роль в условиях рыночной экономики, конкурентной среды, постоянного изменения и обновления ассортимента услуг и товаров. Глобальной целью рекламной деятельности является своевременная и исчерпывающая информация населения о потребительских свойствах товаров и способах использования. В современных условиях применяется множество разнообразных средств и видов рекламной деятельности. Рекламная деятельность должна способствовать созданию потребителем условий для свободного выбора торговых предприятий и товаров конкретных производителей, что позволяет контролировать продвижение товаров на рынке, создавать и закреплять у покупателя систему предпочтений рекламируемых объектов. Рекламная деятельность является необходимым компонентом в общей структуре деловой активности, призванным стимулировать потребление до уровня, сопоставимого с уровнем производства. В условиях массового потребления и высокой занятости населения реклама стала неотъемлемой частью экономики, заняв соответствующее место среди таких ее составляющих, как производство, финансирование, распределение и предпринимательство. В промышленно развитых странах созданы научно-исследовательские институты, где опытные специалисты, прежде всего психологи, разрабатывают теорию рекламного дела.

Информационные технологии

Пец Кристина Александровна **Жихарева Екатерина Андреевна** **ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ** **В ПЛАНИРОВАНИИ КАРЬЕРЫ**

130

Целью данной работы является просвещение студентов о применении современных информационных технологий при планировании будущей карьеры. Рассматриваются новые способы реализации профессиональных целей, включающих в себя программы и онлайн-сервисы, которые помогают в построении планов и развитии карьеры. Способствуют получению навыков креативного оформления резюме для осуществления запланированной цели, т. к. оно является одним из составляющих портфолио карьерного продвижения и играет немаловажную роль в реализации карьеры.

В процессе исследования было проведено анкетирование среди студентов третьего курса Поволжского государственного университета сервиса, которое показало, что большая часть участников опроса не имели представления о существовании программ-помощников, таких как «Карта таланта», «ResumUP», «Mindmeister», «XMind» и т. д. Они помогают избежать распространенных ошибок в расположении необходимой информации и в ее содержании благодаря макетам и примерам, присутствующим в интерфейсе. Для визуализации результатов были составлены диаграммы в MS Excel.

В результате проведенной работы студенты изменили представление о своей будущей карьере и о составлении резюме, т. к. применение специальных программ позволило им усовершенствовать навыки в данной области. Результаты данной работы могут применяться в средних специальных и высших учебных заведениях с целью информирования обучающихся о существующих методах составления карьерограммы и резюме, чтобы у выпускников не возникало трудностей в применении информационных технологий, так как это только упрощает жизнь человеку и помогает ему построить максимально верный карьерный путь.

Технологии управления

Раченко Татьяна Александровна **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ РЕИНЖИНИРИНГ** **ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ LADA**

138

В настоящее время государственная поддержка способствует проникновению инновационной деятельности в сферу услуг. Но зачастую практика показывает, что для предприятия это не является залогом повышения эффективности в сфере экономической и социальной среды, несмотря на то что претворяемые в жизнь инновационные проекты обладают высоким потенциалом. Часто это связано с тем, что не проводится реинжиниринг бизнес-процессов при внедрении инноваций. Инновации накладываются на неадаптированную и неготовую систему бизнес-процессов, вследствие чего и получается негативный результат. Причинами развития таких событий на предприятии являются следующие аспекты: неоднозначное понимание теоретических основ реинжиниринга бизнес-процессов, инноваций и инновационной деятельности и их особенностей; отсутствие алгоритма, позволяющего эффективно и результативно провести реинжиниринг бизнес-процессов при внедрении инноваций. В статье рассмотрены основные причины необходимости проведения эффективного реинжиниринга бизнес-процессов. Описаны предложенные методы оценки целесообразности проведения реинжиниринга бизнес-процессов, выявления нерациональных бизнес-процессов, оценки эффективности реализации реинжиниринга бизнес-процессов предприятия. Сформулированы рекомендации по реинжинирингу бизнес-процессов. Так же рассмотрены вопросы, связанные с развитием концепции реинжиниринга бизнес-процессов как одного из направлений инновационного менеджмента. Показана взаимосвязь реинжиниринга с основными видами менеджмента, определена его роль и место в инновационной деятельности дилерских центров. Подчеркивается необходимость проведения реинжиниринга для оптимизации управления их бизнес-процессами. В статье представлены результаты исследования дилерских центров LADA. Выявлены проблемы авторизованных центров,

связанные с низким уровнем удовлетворенности потребителей. Определены возможности проведения концептуального реинжиниринга бизнес-процессов и выбраны методы анализа и сбора данных.

Математические и инструментальные методы экономики

Данилова Юлия Сергеевна

146

ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДА ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЫШЕНИЯ АКТИВНОСТИ ЦЕМЕНТНЫХ РАСТВОРОВ ЭЛЕКТРОФИЗИЧЕСКИМ МЕТОДОМ

Автор предлагает рассмотреть технико-экономическую эффективность использования гидратации цементов в растворной смеси под воздействием внешних электрических полей, опираясь на теорию электрического поля. Особенностью такого подхода является то, что гидратация идет за счет взаимодействия собственного поля растворной смеси и внешнего электромагнитного поля земли. Выполненные по предложенной методике расчеты позволили качественно оценить гидратацию цемента и выявить наиболее эффективные уровни напряженности внешнего поля, длительность обработки, вид прикладываемого напряжения, состав смеси, подлежащей обработке.

Для подтверждения основных теоретических положений автором проведены экспериментальные исследования полевой обработки растворной смеси с целью повышения прочностных характеристик раствора, улучшения технологических характеристик растворной смеси.

Высокая технологичность нового способа и низкая себестоимость растворной смеси при одновременном повышении его качества привлекают всеобщее внимание соответствующих строительных организаций. Низкие энергозатраты при дефиците электрических мощностей и улучшенные свойства смесей при различных технологиях электрофизических методов активации будут способствовать более широкому использованию способа.

Киричек Галина Анатольевна

152

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ПО ТЕМЕ «ПРОИЗВОДНАЯ. БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА. ПРИЛОЖЕНИЯ»

Рассматривается актуальная на сегодняшний день проблема организации самостоятельной деятельности студентов. Автор стремится проследить процесс самостоятельной деятельности студентов экономических специальностей по теме «Производная. Бизнес и экономика. Приложения». Обобщая практический опыт, выделяются и описываются методические особенности, заключающиеся в том, что структура теоретического и практического материала располагается в следующем порядке: 1. Примеры. Выступают в качестве инструментов исследования, которые представлены как графически, так и аналитически, для того чтобы обеспечить более глубокое понимание материала. 2. Контрольные точки. Задачи, которые помогают студентам закрепить материал сразу после того, как он был

представлен, или использовать их в качестве контроля, изученного материала. 3. Советы по изучению. Помогают студентам избежать распространенных ошибок, рассмотреть особые случаи и расширить теоретические знания. 4. Технология. Упражнения, в которых студентам специально рекомендовано использовать калькулятор (компьютер) для решения задач. 5. Резюме основных бизнес-терминов и формул. Работа с глоссарием. 6. Упражнения для отработки навыков. Упражнения, касающиеся бизнес-ситуаций, которые связаны с математическими понятиями. 7. Исследовательский проект. Итог самостоятельной деятельности студентов – применять изученный материал к реальным бизнес-ситуациям. Значительное внимание уделяется содержанию учебных заданий, которые основываются на экономических приложениях. Дискуссионным продолжает оставаться вопрос в отборе содержания, изучаемого материала. Такой взгляд будет интересен специалистам в области теории и методики преподавания математики, действующим преподавателям математики и экономики.

Никитенко Татьяна Владимировна
ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИЗУЧЕНИЯ СВЯЗИ
СУММАРНОГО ИТОГА И ЧИСЛА ЭКСПЕРИМЕНТОВ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

160

В последовательности повторяющихся экспериментов одной и той же деятельности составы действий и взаимодействий варьируют, и заранее результат эксперимента непредсказуем. Так, экспериментальные данные изучения свойств экономических объектов носят случайный характер и описываются некоторой случайной величиной. Чаще всего эксперименты проводятся в одинаковых условиях. Поэтому описание экспериментальных данных производится в виде последовательности X_1, X_2, \dots независимых одинаково распределенных случайных величин.

Суммарный итог проведенных n экспериментов описывается случайной величиной $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Наблюдаются закономерности поведения нормированных суммарных итогов при большом числе данных экспериментов. Предельные теоремы широко применяются для анализа экономической информации с целью выработки обоснованных управляющих решений.

В данной работе указывается одно из предельных свойств суммарного итога экономического процесса.

На последовательность независимых одинаково распределенных случайных величин, заданных на вероятностном пространстве (Ω, F, P) накладываются условия:

$$MX_1 = 0, MX_1^2 = 1, M|X_1|^{2+p} < \infty \quad (1)$$

для некоторого $p > 0$. Обозначим $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Пусть $y \in (0, 1)$, $f(x)$ - положительная, неубывающая функция, определенная на R .

Тогда существует последовательность целых чисел N_1, N_2, \dots такая, что $N_r \rightarrow \infty$ при $r \rightarrow \infty$ и для почти всех $\omega \in \Omega$ найдется $r_0 = r_0(\omega, y, f) < \infty$ такое, что неравенство

$$S_n(\omega) < \sqrt{2yn \ln \ln n} \quad (2)$$

выполняется в любом интервале вида

$$N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{-0.5} (f(N_r))^{-1} \text{ при } r > r_0.$$

Дискуссии и обсуждения

Пыршева Марина Валерьевна

166

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РАЗБАЛАНСИРОВКИ ПЛАНЕТАРНОЙ КЛИМАТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Приближение глобального экологического кризиса выражается в существовании экологических проблем разного масштаба и уровня. Одна из них связана с изменением планетарной климатической системы. Данная работа и посвящена изучению этой актуальной проблемы современности. Глобальные изменения климата и их последствия для населения и экономики мира стали целью и предметом исследования статьи. Само исследование осуществлялось с помощью разнообразных методов, главными из которых стали: аналитический, статистический, системный. Теоретической и методологической базой исследования послужили результаты трудов отечественных и зарубежных ученых. Практическая значимость работы состоит в том, что исследования были проведены на основе наметившихся мировых тенденций по глобальному климатическому регулированию и обобщения имеющегося опыта международного сотрудничества в этой области. Основные положения, определяющие новизну работы, могут быть использованы в учебном процессе при изучении курса «Природопользование».

МАКРОУРОВЕНЬ**Экономическая политика: стратегия и тактика**

УДК 332.1

А. О. Клипин***Клипин Алексей Олегович, аспирант**Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск
alek7ey09@gmail.com***РЕАЛИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ
И ЕГО ОЦЕНКА**

Ключевые слова: машиностроение, импортозамещение, промышленный кластер, инвестиционная привлекательность, оптимизационная задача, линейное программирование, экономико-математическая модель.

Проводится глубокий анализ машиностроительного комплекса Российской Федерации. Раскрываются проблемы при реализации механизма импортозамещения и развитии предприятий машиностроения в современных экономических условиях. Систематизированы организационно-административные и экономические меры, позволяющие формировать наиболее эффективный механизм импортозамещения. Разработана модель, позволяющая распределять государственные инвестиции в проводимые мероприятия по созданию и модернизации импортозамещающего и экспортно-ориентированного производства, а также для расчета потенциально возможных эффектов от инвестирования.

В качестве инструментов исследования использовались методы анализа, обобщения и аналогии. Представлены источники, которые отражают эффективность государственных механизмов поддержки предприятий России в целом. Рассматривается более подробно подотрасль машиностроения – производство пищевого оборудования. Предлагается ряд предложений по усовершенствованию механизма импортозамещения на территории РФ. Выявлены преимущества развития производства пищевого оборудования, а также предложены пути решения рассматриваемой проблемы.

Разработана экономико-математическая модель механизма импортозамещения на предприятиях машиностроительной отрасли, позволяющая обосновать целесообразность реализации данного механизма в рамках промышленного кластера. Модель позволяет анализировать процессы, протекающие в структурных подразделениях предприятия, а также выявлять характер и направления их взаимодействия. Процесс управления промышленным предприятием подразумевает осуществлением ряда управленческих решений на разных уровнях, тем самым способствуя оптимизации траектории развития предприятия с учетом основных целей на этапе проведения модернизации. Предложена интегральная оценка механизма импортозамещения, основанная, в отличие от известных, на сопоставлении инвестиционных ограничений и расчета объемов выпускаемой продукции. Представлены выводы, в которых отражена эффективность использования механизма импортозамещения путем предложения интегральной оценки.

Современные изменения, происходящие в мировой геополитической ситуации, ухудшение отношений с ведущими странами мировой элиты ставят проблему обеспечения национальной безопасности страны. Таким образом, данные изменения заставляют перестраивать современную модель экономики России на несырьевую, что нераз-

ривно связано с реализацией механизмов импортозамещения в отечественной промышленности.

Совокупность принимаемых решений в машиностроении привела к тому, что на сегодняшний день состояние данной отрасли не удовлетворяет требованиям как общества, так и государства. Применяемые механизмы и меры осуществления импортозамещения не приносят положительных результатов. Поэтому отметим, что необходим эффективный механизм, который должен быть ориентирован на рост объемов выпуска конкурентоспособной на мировом рынке российской продукции, снижении уровня импортозависимости в цикле производства, грамотном и оптимальном распределении государственных инвестиций в отрасль.

Проблема состоит в недостаточно проработанном механизме импортозамещения, который должен дополняться эффективными моделями и инструментами, которые бы позволили обеспечить стремительное развитие машиностроительных предприятий в регионах страны.

Современные подходы к решению проблем импортозамещения в российской экономике исследовались в работах таких российских ученых, как С. И. Синельников-Мурылев, П. А. Кадочников, С. А. Четвериков, Я. В. Яловенко и т.д. Глубокие исследования в области проблем эффективного использования ограниченных ресурсов в условиях протекционистской политики государства проведены зарубежными учеными, такими как Р. Пребиш, Г. Мюрдаль, Дж. Б. Кларк, Л. Вальрас и др.

Вместе с тем теория управления деятельностью промышленного предприятия в условиях импортозамещения нуждается в дальнейшем совершенствовании. Недостаточно проработанными остаются методические аспекты импортозамещения при осуществлении модернизации на предприятии: требуют дополнительных исследований методы оценки влияния импортозамещения на развитие промышленных предприятий, не совершенны устоявшиеся методики оценки импортозамещения.

Целью данной статьи является отражение сформированного механизма импортозамещения на машиностроительных предприятиях, который должен повысить инвестиционную привлекательность машиностроительной отрасли, конкурентоспособность отечественных предприятий, а также повысить объемы выпуска российской машиностроительной продукции.

Российские предприятия машиностроения отличаются от аналогичных предприятий США, ФРГ, Японии и других высокоразвитых стран низкой инвестиционной привлекательностью и низким уровнем деловой активности. Все это откладывает отпечаток на качестве продукции, затратах на производство и эффективность деятельности.

Однако Россия имеет преимущества по сравнению с другими странами: большие запасы сырьевых ресурсов, развитый рынок энергоресурсов, наличие высококвалифицированной рабочей силы, небольшой внешний долг и др. В то же время стоит утверждать, что данный потенциал может быть реализован рационально в полной мере. В связи с этим отметим серьезные ограничения кластерной политики машиностроения в России, так как 1/3 всех субъектов РФ имеет монопрофильную экономику, где основным источником доходов бюджетов являются крупные государственные корпорации. Сдерживающими факторами развития промышленных кластеров в стране являются:

- низкое качество бизнес-климата;
- неразвитость инфраструктурных условий;
- отсутствие опыта управления на основе аутсорсинга.

Стоит утверждать, что в машиностроительном комплексе РФ необходимым является разработка нового механизма импортозамещения, который бы адаптировал западный опыт кластеризации экономики к российским условиям.

В машиностроении существует высокая зависимость от импорта по важнейшим видам товаров как производственного назначения, так и потребительского рынка. Структура машиностроительной продукции на отраслевом рынке сформировалась в период позитивной динамики производства в машиностроении.



Рис. 1. Структура российского рынка продукции машиностроительной отрасли по сравнению с другими в целом по РФ

На рис. 1 представлена структура российского рынка машиностроительной продукции по сравнению с другими отраслями по данным на 20.10.2017 г. Мы видим, что доля импортной продукции преобладает в большей степени в машиностроении и легкой промышленности. Стоит отметить, что проблема заключается в снижении спроса на узлы и комплектующие отечественного производства, а также слабое развитие комплекса структурообразующих подотраслей машиностроения. Например, в станкостроении и производстве пищевого оборудования на долю импортных комплектующих приходится крупная доля по сравнению с другими подотраслями машиностроения.

В целом можно констатировать, что состояние производства оборудования пищевой промышленности находится на стадии отставания по ряду базовых параметров от уровня в целом по стране, так и зарубежных стран. Вместе с тем наличие инвестиционных вложений и ресурсной базы, а также стремительное развитие сельского хозяйства на территории страны обуславливает возможность развития данной подотрасли на достаточном уровне в рамках импортозамещения.

На перспективы эффективной реализации механизма импортозамещения в производстве пищевого оборудования влияет ряд факторов, наиболее важными из которых являются:

- состояние мирового рынка пищевого оборудования, определяющее заинтересованность и возможность государства участвовать в развитии данной отрасли;
- наличие инфраструктуры и универсальных финансовых институтов обеспечения промышленного роста (банков реконструкции и развития, отечественных лизинговых компаний);
- эффективная государственная поддержка процессов импортозамещения и налоговая политика, стимулирующая инновации, поддержка внедрения современных технологий, а также регулирования государственных инвестиций и др.

Развитие производства пищевого оборудования позволит провести постепенную замену импортного оборудования на агропромышленных предприятиях Иркутской области и в будущем за ее пределами.

На сегодняшний день предприятиями агропромышленного комплекса чаще всего закупается пищевое оборудование крупнейших мировых производителей, таких как

немецких «Seydelmann», «Poly-Clip», «Handtmann», «Alpina», «Meatech», «Kainz», «Jarvis», «Schaller», «CHNT», «Tetra Pak», «Lutetia» и др. География вышеперечисленных производителей пищевого оборудования представлена на рис. 2.

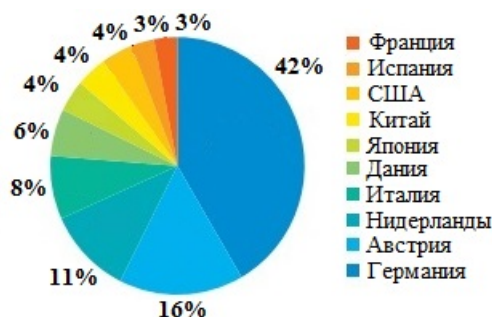


Рис. 2. География стран-поставщиков пищевого оборудования в стоимостном выражении (2017 г.)

На рис. 2 показано, что доля наиболее востребованного пищевого оборудования принадлежит немецким компаниям. Их доля из общего числа составляет 42%. Это говорит о том, что немецкие компании полностью удовлетворяют растущий спрос агропромышленных предприятий РФ за счет высокого качества и большого ассортимента выпускаемого оборудования. Поэтому в ходе разработки механизма импортозамещения учитывалось условие того, чтобы предприятия вышли на уровень увеличения выпуска конкурентоспособной отечественной продукции, повышения ее качества и в некоторых случаях дальнейшего ее обслуживания.

На первом этапе формирования механизма импортозамещения было решено объединить пространственно-локализованные машиностроительные предприятия в промышленный кластер с использованием мер государственной поддержки (рис. 3).

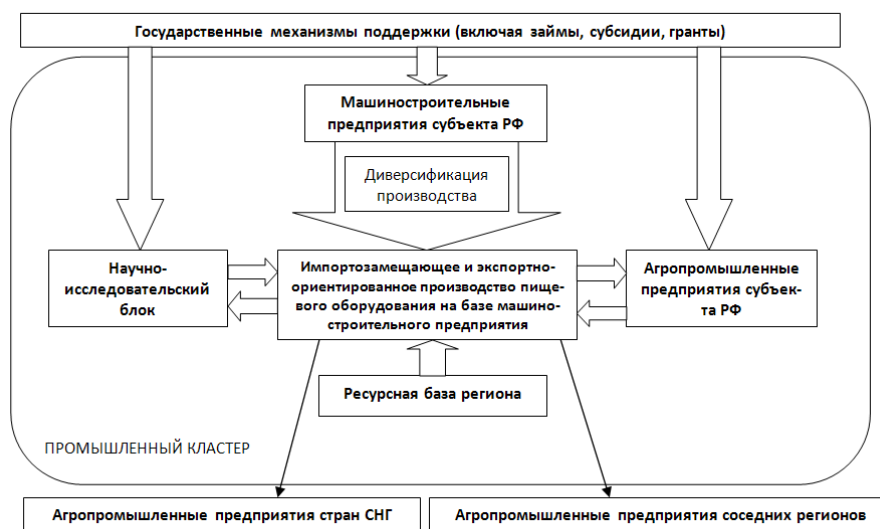


Рис. 3. Причинно-следственные связи в структуре промышленного кластера

Вторым этапом формирования импортозамещающего механизма в промышленном кластере является грамотный и рациональный подход к распределению государственных инвестиций. Поэтому построение экономико-математической модели поможет

выявить взаимосвязь вложений во внутренние факторы предприятия для прогнозирования потенциальных продаж.

Задача решения оптимального выбора финансирования блока промышленного кластера разбивается на ряд управленческих задач, решаемых с использованием различных математических методов, с целью наиболее эффективного распределения государственных инвестиций:

1) моделирование распределения инвестиций в мероприятия путем решения многокритериальной оптимизационной задачи при заданных нормативных инвестициях и расчётных эффектов от них;

2) моделирование полученного эффекта от инвестиций между всеми группами выпускаемого оборудования.

Модель позволяет выявить те мероприятия, в которые вкладывать инвестиционные ресурсы не выгодно, и принимать рациональные управленческие решения.

Третьим этапом является построение математических моделей динамики для каждого из блоков промышленного кластера. Будем рассматривать отдельные блоки и формулировать локальные модели, описывающие происходящие в них процессы:

БЛОК 1. Блок обеспечения научных разработок и создание центра НИОКР на базе предприятия.

БЛОК 2. Блок материально-технического обеспечения производства.

БЛОК 3. Блок кадрового обеспечения промышленного кластера для производства отечественного оборудования.

БЛОК 4. Блок производственно-технологической деятельности кластера.

БЛОК 5. Блок реализации оборудования на внутреннем и внешнем рынках.

Важным условием при построении модели промышленного объединения промышленных предприятий является проблема координации совместной деятельности предприятий и распределения полученной ими прибыли, входящих в нее, с обязательным учетом принципа синергизма. Именно на координацию деятельности участников позволяет ориентироваться юридическая самостоятельность объединяющихся предприятий.

Предложенная модель управления объединением промышленных предприятий в рамках промышленного кластера является достаточно простым и удобным инструментарием для проведения расчетов, а также может выступать эффективным инструментарием поддержки в принятии управленческих решений, связанных с обоснованием целесообразности и предварительной оценкой эффективности такого объединения.

Четвертым этапом является распределение полученной предприятиями прибыли посредством метода динамического программирования. Схема решения задачи имеет следующий вид:

- процесс решения распределения средств S_n можно рассматривать как 4-шаговый (в случае, если количество предприятий в кластере равно 4);

- номер шага совпадает с номером предприятия;

- переменным X_1, X_2, X_3, X_4 ставится в соответствие управление на аналогичных шагах Z_1, Z_2, Z_3, Z_4 ;

- S_n – конечное состояние процесса распределения (равно нулю, так как все средства должны быть вложены в совместно реализуемый объединяющимися предприятиями проект производства импортозамещающей продукции).

Схема распределения средств между предприятиями моделируемого объединения показана на рис. 4.

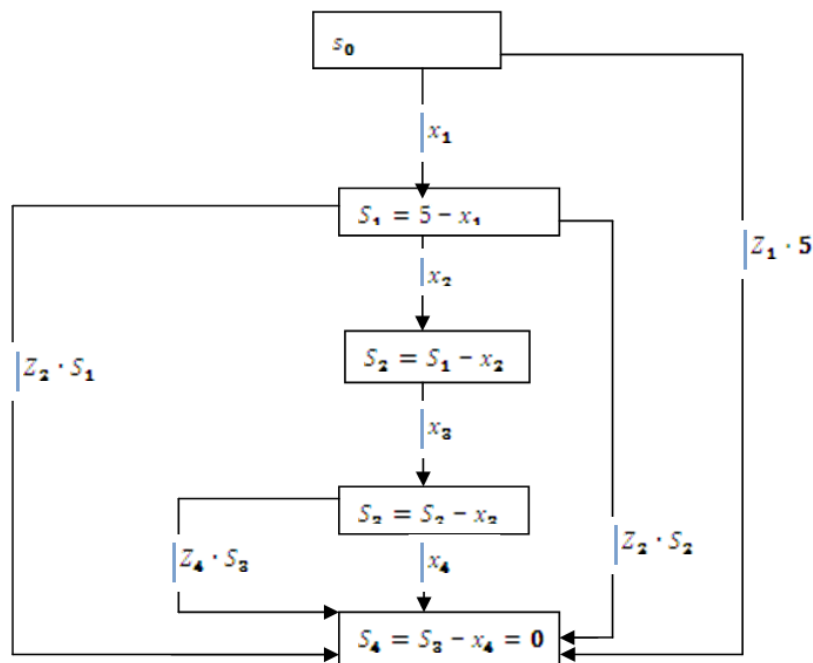


Рис. 4. Схема распределения полученной прибыли между предприятиями промышленного кластера

Уравнения состояний в данной задаче имеют вид:

$$S_k = S_{k-1} - x_k, \quad k = 1, 2, 3, 4,$$

где S_k – параметр состояния – количество средств, оставшихся после k -го шага, т.е. средства, которые остается распределить между оставшимися 4 предприятиями.

Пятым этапом послужила оценка сформированного механизма импортозамещения, которая основана на построении интегрального показателя стратегического планирования, который включает в себя показатели соответствия внешней и внутренней среде, показатели обеспечения конкурентного преимущества и показатели эффективности.

За нулевой уровень принимается искомый безразмерный интегральный показатель объемов выпуска продукции. К первому уровню относятся группы показателей капитальных затрат на производство K , показатель численности трудовых ресурсов P и материалоемкость M как наиболее обобщенные показатели деятельности предприятия.

Задача сводится к расчету интегральных показателей. Исходя из существующих расчетов, предложенная модель заключается в расчете показателя.

где A – инновационно-технологический потенциал;

K – капитальные затраты в производство;

P – основной персонал;

Q – вспомогательный персонал;

$a(t)$ – прибытие новых работников;

$b(t)$ – убытие персонала;

M – материалоемкость;

$\alpha(t)$ – изменения во времени.

Коэффициенты эластичности α, β, γ принимают те значения, которые могут рассчитываться по данным рассматриваемого региона. Статистические данные формируются из сборников Федеральной службы статистики за десятилетний период в связи с их доступностью и, в свою очередь, возможностью проследить изменения на рынке.

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы и обобщения. Импортозамещение как механизм, реализуемый в том или ином сегменте

промышленного сектора, может выступать в качестве инструмента ускорения роста выпуска продукции, стимулятора внедрения инновационных разработок, совершенствования структуры внутреннего рынка и роста экспорта. Изучение теоретических основ использования импортозамещающих механизмов, а также отечественного и зарубежного опыта модернизации соответствующих производств показало, что данный механизм требует планирования, четкой структуризации поставленных целей и соответствующих мероприятий на всех уровнях.

Разработан и реализован механизм импортозамещения на машиностроительных предприятиях, построенный на основе модели распределения инвестиций в потенциально перспективные мероприятия, а также деления полученной прибыли между предприятиями в составе промышленного кластера. Механизм позволяет посредством включения в состав кластера научных центров, имеющих готовые разработки в сфере импортозамещения и нуждающихся в коммерциализации, создавать новые линии по производству конкурентоспособной продукции, повышать эффективность производственной деятельности на основе договоров между научными центрами, машиностроительными и агропромышленными предприятиями.

Сформированная комплексная структурно-логическая схема построения кластеров импортозамещения в сфере производства пищевого оборудования позволяет обосновать создание промышленного объединения, реализующего цели наращивания потенциала импортозамещения и одновременно решающего задачу сбалансированного несырьевого развития промышленности региона в целом. Полученные результаты исследования получили внедрение на машиностроительных предприятиях Иркутской области.

Список литературы

1. Пашоликов М. А. Системно-динамическое моделирование совместной деятельности промышленных предприятий // Научно-технические ведомости СПбГПУ. – Экономические науки – 2016. – № 3 (245). – С. 101-110.
2. Пребиш Р. Актуальные проблемы социально-экономического развития // Латинская Америка. – 1977. – № 6.
3. Российский статистический ежегодник – 2017. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – М. : Росстат, 2017. – 786 с.
4. Руденко Л. Г., Жидков А. С. Государственно-частное партнерство как возможный инструмент стимулирования импортозамещения // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 6-1 (59-1). – С. 179-183.
5. Савин К. Н. Методологические вопросы развития качества услуг жизнеобеспечения в составе кластера // Экон. анализ: теория и практика. – 2011. – № 10. – С. 16-18.
6. Сагиева Г. С. Внешняя торговля технологиями России по видам экономической деятельности / Институт статистических исследований и экономики знаний. – 2016. – С. 1-2.
7. Семькин В.А. Импортозамещение как эффективный инструмент развития рыночной экономики / В. А. Семькин, В. В. Сафронов, В. П. Терехов // Вестник Курской гос. сельскохозяйственной академии. – 2014. – № 7. – С. 25-36.
8. Сопоева И. А. Продуктово-технологические механизмы импортозамещения промышленных предприятий : автореф. дисс. ... к.э.н. / Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет). – 2013. – 26 с.
9. Стрельцова Н. В. Совершенствование инновационной деятельности предприятий в условиях государственной политики импортозамещения : автореф. дисс. ... к.э.н. / Волгоградский государственный университет. – 2015. – 27 с.

10. Сухов Н. Э. Моделирование стратегии организационного развития инновационного предприятия : автореф. дисс. ... к.э.н. / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 2014. – 29 с.

11. Тагирова А. В. Основные направления государственного регулирования импортозамещения в России // Дискуссия. – 2016. – № 4 (67). – С. 71-75.

12. Таможенная статистика внешней торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [<http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:1:2069134502331951>]. – Дата обращения: 30.01.2018.

13. Устинов В. С. Перспективы развития российской металлургии на отечественной машиностроительной базе // Научные труды ИПП РАН. – М. : МАКС Пресс. – 2011. – С. 278-295.

14. Фатеев В. С. Кластеры, кластерный подход и его использование как инструмента регулирования развития национальной и региональной экономики // Вестник Гродненского ун-та имени Янки Купалы. – 2012. – № 2 (131). – С. 40-50.

15. Фотин В. С. Организационно-экономические подходы к формированию научно-производственной базы для импортозамещения в промышленности России : автореф. дисс. ... к.э.н. / Российский государственный гуманитарный университет. – 2016. – 29 с.

16. Ченери Х., Картер Н. Внутренние и внешние аспекты планов и процесса экономического развития // Конференция по долгосрочному планированию и прогнозированию. – М., 1972.

17. Членство в ВТО – новый этап участия России в международной торговой системе / под ред. С. Ф. Сутырина, Н. А. Ломагина. – СПб. : ЭФ СПбГУ, 2013 – 256 с.

18. Фоломьев А. Н. Стратегия инновационных преобразований экономики России в посткризисный период // Лебедевские чтения : материалы науч. конф. – М. : Изд-во РАГС, 2010. – 416 с.

19. Щербатова Т. А., Козлитина Н. В. Совершенствование правовых основ импортозамещения на продовольственном рынке // Закономерности и тенденции формирования системы финансово-кредитных отношений. – 2016 г. – Вып. 12. – С. 203-221.

A.O. Klipin *

** Klipin Alexey Olegovich, Graduate Student*

National Research Irkutsk State Technical University, Irkutsk

alek7ey09@gmail.com

REALIZATION OF THE IMPORT REPLACEMENT MECHANISM AND ITS ASSESSMENT

Keywords: machine building, import substitution, industrial cluster, investment attractiveness, optimization problem, linear programming, mathematical economic model.

An in-depth analysis of the machine-building complex of the Russian Federation is being conducted. The problems are revealed in the implementation of the import substitution mechanism and the machine-building enterprises development in the current economic conditions. Organizational, administrative and economic measures have been systematized, which make it possible to form the most effective mechanism for import substitution. A model has been developed that allows to allocate state investments in the ongoing measures to create and modernize import-substituting and export-oriented production, as well as to calculate the potential effects from investing.

As a research tool methods of analysis, generalization and analogy are used. Sources that reflect the effectiveness of government support mechanisms for Russian enterprises in general are presented. The sub-sector of machine building is considered in more detail - the production of food equipment. A number of proposals are proposed for improving the mechanism of import substitution in the territory of the Russian Federation. The advantages of developing the production of food equipment are revealed. The ways of solving the problem under consideration are suggested.

The mathematical economic model of the mechanism of import substitution at the enterprises of the machine-building industry has been developed, which makes it possible to justify the feasibility of implementing this mechanism within the industrial cluster. The model allows to analyze the processes taking place in the structural subdivisions of the enterprise, as well as to reveal the nature and directions of their interaction. The process of managing an industrial enterprise is understood as the implementation of a number of managerial decisions at different levels, thereby contributing to the optimization of the company's development trajectory, taking into account the main objectives at the stage of modernization. An integral estimation of the mechanism of import substitution is proposed, based, unlike the known ones, on comparison of investment restrictions and calculation of output volumes. The conclusions, which reflect the efficiency of using the import substitution mechanism by proposing an integral evaluation are presented.

© Клипин А. О., 2018

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

УДК 371.39 (758)

А. И. Бочкарев*

**Бочкарев Александр Иванович, доктор педагогических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_se@tolgas.ru*

К ВОПРОСУ О СВЯЗИ ВОЛНОВОЙ И ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: инновационная культура, волновая диаграмма обменных отношений, метод анализа тенденций, «язык стрелок», теорема В. А. Котельникова, корпускулярно-волновые основания, цифровая экономика.

Проблема исследования теоретических и практических оснований дуализма волновой и цифровой экономики в настоящее время становится актуальной в связи с развитием интеллектуальных ИТ-технологий, пронизывающих все сферы жизни деятельности, не оставляющих в стороне науку, образование и современную экономику, которая имеет в соответствии с научным принципом дополнительности тенденцию оцифровывания результатов.

Быстрое изменение технологий в среде обитания современного человека повышает уровень неопределенности и порождает потребность быстрого достижения положительного результата инновационной деятельности, безопасности в нелинейном открытом катастрофическом мире.

В статье на основе синергетического подхода рассмотрены причины и теоретические основания развития современных дискретно-волновых экономических систем по пути от традиционных циклов волновой экономики к современным цифровым технологиям.

Рассмотрен метод анализа тенденций с помощью «языка стрелок», предложенный В. Н. Костюком, позволяющий исследовать состояние экономики в условиях взаимодействия и адаптации к вызовам внешней и внутренней среды.

Выявлена зависимость развития экономической системы в результате анализа тенденций в экономике с применением теоремы В. А. Котельникова при переходе от аналоговой к цифровой экономике в среде культуры инновационной деятельности.

Предложена волновая диаграмма обменных отношений, позволяющая исследовать динамику экономических процессов, снизить неопределенность прогноза результатов изменений.

Тезис, выведенный в название статьи, содержит связь совокупности тенденций дискретно-волновых процессов развития экономики в среде инновационной культуры, влияющих на эффективность гуманитарных, креативных и зачастую политических процессов в социально-экономической сфере.

Известно, что политика – это концентрированное выражение экономики, а война – это продолжение экономики военными методами. В наше время состояние экономики можно трактовать как современные гибридные экономические войны, основанные на достижении конкурентного преимущества путем санкций, уничтожения конкурентов, введения двойных стандартов [3, 4]. Внедрение в жизнь так называемой «цифровой экономики», в которой не работает принцип классической экономики «товар-деньги-товар», существенно изменяет суть товарно-денежных отношений, поскольку товар уже не является тем классическим «продуктом труда, предназначенным для обмена».

По мнению автора настоящей статьи, то, что сейчас происходит в экономической сфере, культуре и др., можно назвать проявлением корпускулярно-волнового дуализма в режиме реального времени.

Каков же мир экономики: события, или процессуален? Каковы причины необратимости и многовариантности в природе обменных экономических отношений? Вывод и ответ, к которому приводит исторический экскурс и результаты исследований настоящей статьи, таковы: мир современной экономики события, *событиями внутренне присуща многовариантность, отсутствие жесткого детерминизма делает невозможным обратить события вспять, что делает наш мир необратимым.*

Исследование синергетических сценариев развития открытых систем начато еще в работах Капицы С. П., Курдюмова С. П., Малинецкого Г. Г. [8]. Малинецкий Г. Г. утверждает в синергетическом ключе, что инновации – последняя надежда России [7]. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения интересовали еще Кондратьева Н. Д. с соавторами [6]. Рожков Г. В. в объемной монографии [9] рассматривает генезис инновационной экономики в России, и его представления вполне созвучны с концепцией «Инновационная Россия – 2020» [10], которая уже несколько устарела, поскольку «нелинейное время» [11-12], по мнению Глазьева С. Ю. [5], требует опережающей стратегии развития России в условиях глобального кризиса. Расширенный смысл энтропии-информации раскрыл Хазен А. М. [13-17]. Через свою концепцию «случайность - условие - запоминание», приводящую к связи разума природы и разума человека, а также волновой и цифровой экономики.

В наше время происходит качественное изменение всех экономических процессов. Приходится отказываться от концепции традиционной в экономической теории равновесия спроса и предложения и убывающей обратной связи в этом эксцентричном рынке, поэтому актуально рассматривать новую теорию, связанную уже с неравновесными состояниями и инновационными процессами в экономике [5, 6].

Дадим трактовку креативной цифровой экономике и социальным инновациям с помощью известной из теории передачи сигналов теоремы В. А. Котельникова преобразования аналоговых сигналов в дискретные по каналам связи и компьютерным сетям [3, 4].

Теорема В. А. Котельникова гласит: произвольный аналоговый полигармонический сигнал, характеризующий, например, экономическую динамику, спектр которого не содержит частот выше f_0 , может быть полностью восстановлен, если известны отсчетные значения этого сигнала, взятые через равные промежутки времени $1/(2f_0)$. Если изменения слишком быстрые, то отсчеты следует делать чаще через промежутки времени Δt меньше $1/(2f_0)$.

На наш взгляд, сигналами из прошлого могут являться традиции и опыт, а сигналами из будущего – новации, новшества. Преобразование сигналов во времени, по теореме В. А. Котельникова, представим в виде модели (рис. 1) с обязательным структурным элементом – новизной.

Допустим, что в исходном состоянии имелись три составляющие экономики: несущие информацию о старом – $S_{II}(t)$, современном – $S_{CI}(t)$ и новом – $S_{NI}(t)$ в прошлом, настоящем и будущем соответственно.

Фактически цифровые технологии внедрились в мире и у нас в стране достаточно давно, можно привести пример, что в сетевой торговле и др. внедрено давно, например, штрихкодирование.

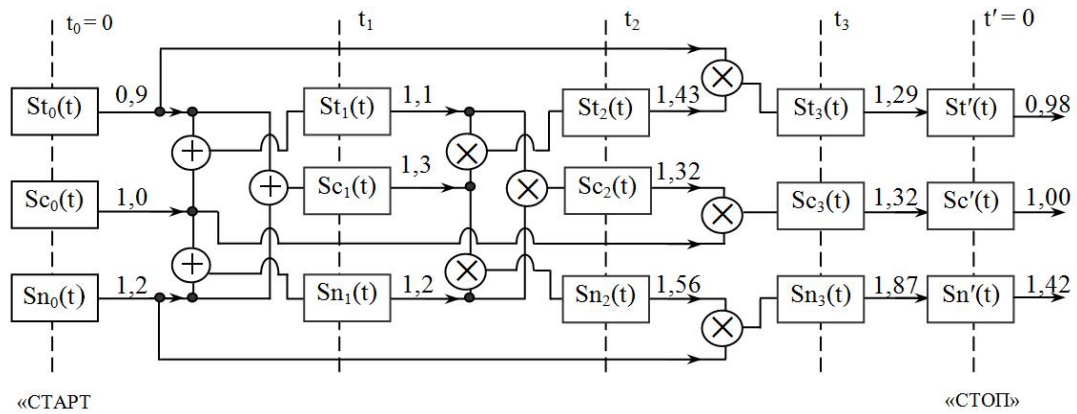


Рис. 1. Модель преобразования аналоговых сигналов экономики из прошлого, настоящего и будущего на основе теоремы В. А. Котельникова

Для практического использования связи волновых (аналоговых) процессов с цифровыми нами предложена модель волновой диаграммы обменных отношений в системах различной природы: экономической, технической, правовой, психологической, социальной и других сферах (рис. 2).

Рассмотрим конструкцию и принцип действия диаграммы обменных отношений, защищенной патентом на полезную модель в 2000 г. (рис. 2), с помощью которой можно проанализировать развитие (волны жизнедеятельности (15)) конъюнктуры рынка ценных бумаг, товаров, инвестиционной деятельности; например, в банковской сфере и др.

Диаграмма состоит из двух частей: планшета (3) с графиком конъюнктуры рынка ценных бумаг в условных единицах; и прозрачного эластичного элемента (7) с возможностью его растяжения вдоль оси абсцисс с нанесенной на нем шаблон-синусоидой волны анализа и кривых спроса-предложения известной паутинообразной модели в координатах «% - время».

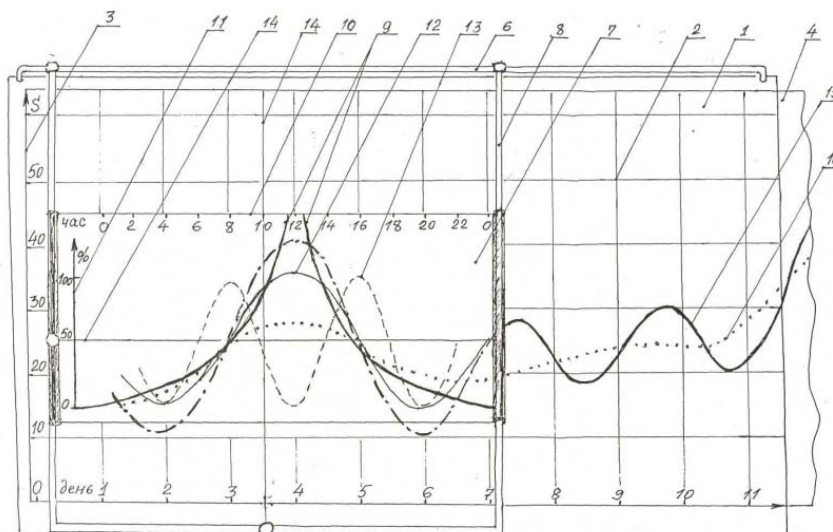


Рис. 2. Диаграмма обменных отношений

Из анализа паутинообразной модели известно, что из-за различного наклона кривых спроса-предложения возникают как затухающие колебания (по часовой стрелке

в комплексной плоскости), приводящие к равновесной цене, так и возрастающие (против часовой стрелки), уводящие от равновесия.

Деловая активность определяется соотношением спада и подъема относительно среднего уровня в сочетании с синусоидой и шаблон-синусоидой (13). Таким образом, если кривые шаблона и объекта наклонены одинаково и по мере временного анализа обнаруживается, что наклон кривой объекта меняет знак с плюса на минус, то этот переход соответствует минимально возможной цене. Можно прогнозировать и максимальную цену, когда наклон кривой объекта меняет знак от минуса к плюсу. Шаблон синусоида характеризует *производную от рыночных флуктуаций*, которая ориентирует нас на адекватные действия, приводящие к возможности предсказания *максимальной прибыли*.

В дополнение разработанной нами модели используем методологию анализа изменяющихся систем, предложенную Костюком В. Н. [2] Изучение связей между настоящим и будущим в экономике требует дополнительного использования понятий «неравновесие», «тенденция», «изменяющиеся системы», «переходный процесс».

Для реализации этих представлений используется специфический «язык стрелок», позволяющий исследовать отдельные тенденции и конечные последовательности тенденций, удовлетворяющие принципу отрицательной (стабилизирующей) или положительной (дестабилизирующей) обратной связи в экономической системе [1, 2].

Суть «языка стрелок»: пусть T – некоторая теория, характеризующая условия равновесия для изменяющихся во времени величин (состояний) A, B, \dots Для фиксации этих изменений вводятся стрелки $\uparrow\downarrow$ и \rightarrow, \uparrow .

$$A \rightarrow \dots \rightarrow A \quad (1)$$

Условия перехода от циклического спада к циклическому росту, имеющие вид (AD – совокупный спрос; Ms/P – реальная денежная масса, mei – предельная эффективность инвестиций, CA – сальдо счета движения капиталов в платежном балансе страны):

$$AD \uparrow, (Ms/P) \uparrow, mei \uparrow, CA \uparrow, \text{экономика (все центры убыточны)} \downarrow \quad (2)$$

При небольших размерах экономики и в конкурентной среде соотношение (2) может выполняться постоянно, позволяя в принципе обходиться без экономического спада, спад возникает только в результате ошибочной экономической политики государства или действия внешних санкций.

Список литературы

1. Антонов И. Ю. Инновационное развитие экономики России: состояние, перспективы : монография. – М. : Интеграция, 2012. – 251 с.
2. Костюк В. Н. Изменяющиеся системы. – М. : Наука, 1993.
3. Канабеева Р. А. Экономика профессионализма // Экономика образования. – Кострома, 2015. – № 2. – С. 59-62.
4. Канабеева Р. А. Развитие качества социальных инноваций в креативной цифровой экономике // Креативная экономика и социальные инновации : международ. информ. аналитич. журн. 2018. – № 1 (22). – Вып. 8. – С. 67-86.
5. Глазьев С. Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. – М. : Экономика, 2010.
6. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев, Ю. П. Яковец, Л. В. Абалкин. – М. : Наука, 1987. – 487 с.
7. Малинецкий Г. Г. Инновации – последняя надежда России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.globoscope.ru/content/articles/2595>.
8. Капица С. П. Синергетика и прогнозы будущего / С. П. Капица, С. П. Курдюмов, Г. Г. Малинецкий. – М. : Едиториал, 2003. – 350 с.
9. Рожков Г. В. Генезис инновационной экономики в России : монография / под ред. С. Г. Ерошенкова. – М. : МАКС Пресс, 2009. – 888 с.

10. Стратегия инновационного развития РФ на период до 2020 [Электронный ресурс] // Инновационная Россия – 2020. – Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/taxonomy/temp/586>

11. Василькова В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: Синергетика и теория социальной самоорганизации. – СПб. : Лань, 1999. – 480 с.

12. Лесков Л. В. Нелинейная вселенная: новый дом для человечества. – М., Экономика, 2003. – 445 с.

13. Хазен А. М. Закон иерархического синтеза действия энтропии-информации и категорий философии.

14. Хазен А. М. Разум природы и разум человека. – М. : Мособлполиграфиздат; НТЦ Университетский, 2000.

15. Хазен А. М. Сайта автора [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kirsoft.com.ru/intell>

16. Хазен А. М. Функции разума и сознания в неживой и живой природе и их совместная эволюция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kirsoft.com.ru/intell/KSNews_112.htm.

17. Хазен А. М. Иерархический синтез информации – ключевое решение для сведения жизни и разума к законам физики и химии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kirsoft.com.ru/intell/index.htm>.

A.I. Bochkarev *

** Bochkarev Alexander Ivanovich, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_se@tolgas.ru*

TO THE QUESTION OF THE WAVE AND DIGITAL ECONOMY CONNECTION

Keywords: innovation culture, wave diagram of exchange relations, method of trend analysis, "arrow language", V.A. Kotelnikov's theorem, corpuscular-wave bases, digital economy.

The problem of studying the theoretical and practical foundations of the dualism of the wave and digital economies is now becoming urgent in connection with the development of intellectual IT technologies that permeate all spheres of life of activity that leave aside science, education and the modern economy, which, according to the scientific principle of complementarity, has a tendency to digitize the results.

Rapid change of technologies in the environment of a modern man increases the level of uncertainty and creates the need to quickly achieve a positive result of innovation, security in a nonlinear open catastrophic world.

In the article on the basis of the synergetic approach, the causes and theoretical grounds for the development of modern discrete wave economic systems along the way from traditional cycles of the wave economy to modern digital technologies

The method of analyzing trends using the "arrow language", proposed by VN Kostyuk, is considered. It allows to study the state of the economy under conditions of interaction and adaptation to the challenges of the external and internal environment.

The dependence of the economic system development as a result of the analysis of trends in the economy is revealed with the application of Kotelnikov's theorem in the transition from the analogue to the digital economy in the culture of innovation activity.

A wave diagram of exchange ratios is proposed, which allows to study the dynamics of economic processes, to reduce the uncertainty of the forecast of the changes results.

Мезоуровень
Региональное развитие

УДК 332.146.2

Н. Н. Петров*

**Петров Николай Николаевич, аспирант*

*Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары
pnn2401@mail.ru*

**ПОЛОЖЕНИЯ И ПОДХОДЫ ПО ФОРМИРОВАНИЮ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА**

Ключевые слова: экономическая политика, региональная политика, экономический рост, повышение качества.

Статья посвящена изучению проблемы формирования экономической политики регионов. Цель исследования – выявление основных аспектов, необходимых для формирования эффективной экономической политики региона. Предмет исследования – процесс формирования экономической политики регионов Российской Федерации.

Для решения поставленных задач были использованы: методы комплексного анализа, системного анализа и синтеза. Теоретической и методологической базой исследования послужили результаты трудов отечественных и зарубежных ученых. Практическая значимость работы состоит в том, что исследования были проведены на основе наметившихся мировых тенденций в формировании экономической политики в регионах. Было рассмотрено понимание значения экономической политики региона на различных временных этапах развития мировой экономики. Основные положения, определяющие новизну работы, могут быть использованы: Правительством Чувашской Республики при разработке региональных программ развития промышленного комплекса и наращивания промышленно-производственного потенциала региона; в учебном процессе при изучении курса «Региональная экономика». Формирование и скорейшее внедрение в жизнь грамотной экономической политики позволит решить очень многие социально-экономические проблемы.

До недавнего времени процесс по формированию финансовой политической деятельности в субъектах Российской Федерации в целом был непоследовательным и неоптимальным. Еще некоторое количество десятков лет назад существовало заблуждение, что мощная и непобедимая армия – это условие защищенности и размеренного становления страны. Без сомнения, мощная, боеспособная и прогрессивная армия даёт чувство защищенности, но лишь только чувство защищенности от военного проникновения агрессора. Современные реалии несколько изменены. Для содержания подобной армии правительство расходует большие денежные средства, а эти денежные средства для начала надо заработать. Одно время нашу страну спасала прибыль от реализации наших сырьевых богатств на мировых рынках. Глобальная экономика носит повторяющийся характер, за взлетом идёт регресс, и цена на наши классические сырьевые энергопродукты падает. Сегодня обстановка в экономике РФ дополнительно осложнена финансовыми запретами со стороны государств Евросоюза и США, введенными в 2014 году против РФ.

Особой чертой территориального устройства Российской Федерации считается то, что государство содержит федеративное устройство смешанного типа; субъекты разделяются как по территориальному принципу, так и по национальному. Субъекты

могут различаться по площади в кратное количество раз. Обстановка осложняется ещё тем, что есть неравномерное рассредоточение трудовых ресурсов, и те субъекты, которые нередко имеют важный сырьевой потенциал, не владеют необходимыми трудовыми ресурсами. В образовавшейся сложной ситуации с целью совершенствования социально-экономической ситуации перед финансово-экономическим блоком Правительства Российской Федерации встает необходимость решения ряда задач:

- нормализовать имеющиеся производства и реализовать модернизацию на них;
- восстановить финансовый подъем в каждом субъекте, следовательно, во всей стране в целом;
- организовать научно-технические посылы для закрепления финансовой и политической позиций в мире;
- гарантировать повышение уровня жизни населения.

Именно в таких непростых условиях возникает необходимость процесса формирования экономической политики регионов. В связи с этим целью нашей исследовательской статьи будет выявление основных аспектов, необходимых для формирования эффективной экономической политики региона. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. Исследовать понятие экономической политики в историческом аспекте.
2. Выделить основные рекомендации по совершенствованию экономической политики региона.
3. Выявить особенности формирования экономической политики в Чувашской Республике.

Предмет исследования – процесс формирования экономической политики регионов Российской Федерации.

Объект исследования – экономическая политика конкретного субъекта Российской Федерации (на примере Чувашской Республики).

Слово «политика» понималось как искусство управления людьми, подобное значение вкладывали в него в Античной Греции. Знаменитый отечественный государственный деятель и реформатор П. А. Столыпин утверждал, что в обычной политэкономии нет специфики по субъектам национальностей, которые закреплены на определённых границах.

Региональная экономика включают описание территории и социально-экономических объектов на ней. Экономическая политика региона – управление указанными объектами как на части территории, так и района в целом. В Постановлении Правительства РФ от 28.04.1995 № 439 «О Программе Правительства Российской Федерации «Реформы и развитие российской экономики в 1995–1997 годах» понимание региональной экономической политики сформулировано конкретным определением: «Региональная экономическая политика – органическая часть общей социально-экономической политики государства, синтезирующая ее региональные аспекты. Она направлена на всемерное использование благоприятных и ограничение действия негативных региональных факторов для достижения общих стратегических целей и задач социально-экономического развития страны. Вместе с тем это часть общей региональной политики, создающая экономические основы целостности Российского государства, всех жизненно важных направлений развития российского общества» [1].

Субъектно-процессный анализ экономической политики показал, что экономическая политика носит сложный структурный характер. Со стороны экономической политики рационально, чтобы экономическая политика власти обуславливала модернизацию структуры экономики таким способом, что большую

часть в ней занимала бы высокая оплата труда. Материальные издержки производства должны занимать маленькую часть, а налоговое бремя разумно должно быть перенесено с труда на капитал, в частности на финансовый капитал, банковские трансакции, недвижимость [6].

Итоги уже имеющихся опубликованных материалов показывают, что за годы жизни в среде рыночной экономики неоднородность в экономическом развитии государства только увеличилась. В результате сформировавшейся обстановки повышается значение роли государства в ходе регулирования экономического роста в РФ. Из этого можно выделить перечень ключевых рекомендаций по повышению результативности экономической политики субъекта, к ним относятся:

- реализация финансовой политики на разных уровнях и в разных областях;
- плотные взаимоотношения субъектов государства друг с другом в силу достижения максимально возможного эффекта в экономическом росте государства;
- потребность в активизации взаимодействия развитых регионов, по-другому – «локомотивов развития» [13];
- потребность в структурной модернизации экономически неэффективных субъектов согласно научно-технической и политике рефинансирования страны;
- потребность в чёткой специализации рынков;
- введение прогрессивных форм территориального размещения производства;
- повышение уровня жизни граждан не только в регионах, но и в государстве в целом;
- поддержка процесса социального и экономического роста государства;
- разумно скоординированный ход подготовки необходимых квалифицированных рабочих для современных производств;
- модернизация законодательства в экологической области.

Все регионы РФ можно разделить на две категории: субъекты богатые сырьевым потенциалом и субъекты, которые почти не имеют сырьевого потенциала [9]. Чувашская Республика относится ко вторым. У республики достаточно небольшая территория, но зато плотность населения достаточно высокая в отличие от общих отечественных показателей. От СССР республике достался ряд крупных организаций электротехнической промышленности, составляющая отечественного концерна тракторных заводов, химический завод и многое другое. Вся трудность состояла в том, что после распада СССР бесперебойная загрузка организаций заказами стала нестабильной. Остаться на месте и успешно расти смогли только те организации, которые быстро перенаправили выпуск своих товаров согласно современным реалиям, то есть провели модернизацию производства, пошли по современному пути развития. Одними из таких ярчайших примеров успешного функционирования являются такие предприятия, как АО «Научно-производственный комплекс «ЭЛАРА» имени Г. А. Ильенко», ООО НПП «ЭКРА», ООО «Ишлейский завод высоковольтной аппаратуры», ЗАО «Чебоксарское предприятие «Сеспель» и многие другие. Первые три организации производят и обслуживают электротехническую продукцию, последняя выпускает автоцистерны для жидких и супучих смесей. В Новочебоксарске открыли завод по переработке твёрдых бытовых отходов для рекультивации Пихтулинской свалки, которая уже много лет служит местом скопления большого количества отходов. Но также существуют и негативные примеры, например ОАО «Промтрактор». Завод с советских времён выпускает промышленные трактора. Однако завод не сумел перестроиться согласно существующему спросу, не смог правильно модифицировать производство, вследствие чего сейчас находится в замороженном состоянии. Успехи и нюансы в современной ситуации экономики Чувашской Республики является итогом реализации экономической политики в субъекте. По сути, экономическая политика

является результативной, но её всё равно нужно дорабатывать. Властям субъекта необходимо и в будущем двигаться в сторону экономической политики, которая ориентирована на инновации. Именно она должна стать условием устойчивого социального и экономического роста субъекта.

Итак, по результатам исследования можно сделать ряд выводов:

1. Для оперативной и качественной реализации экономической политики государства возникает потребность в реализации определённых мер, основанных на реальном положении экономики и методах влияния на него.

2. Ключевой целью регулирования роста региона является создание благоприятной обстановки для образования внутренних территориальных пропорций, которые опираются на мотивацию роста отраслей и использование особенностей территории.

3. Экономическая политика субъекта тесно взаимосвязана с государственной экономической политикой и выступает её неотъемлемым компонентом. Это означает, что экономика субъекта и управление страной, по сути, взаимосвязанные термины, так как от политической ситуации в государстве, политического устройства зависит не только вся экономика страны, но и экономика каждого субъекта.

4. Экономическая система формирования финансовой политики региона координирует возможности и ресурсы субъекта. Эти ресурсы и возможности занимают приоритетную ступень в формировании экономических возможностей. Собственные возможности служат не только для экономической активности, но и для привлечения инвестиций.

5. Региональная экономическая политика тесно связана с государственной экономической политикой и является её неотъемлемой составной частью. То есть региональная экономика и управление государством в целом, по сути, являются взаимно связанными понятиями, так как политическая ситуация в стране, политическое устройство определяют как экономику всего государства в целом, так и каждого отдельного региона страны.

6. Экономическая структура создания экономической политики субъекта распределяет потенциалы региона. Данные потенциалы занимают ключевую позицию в создании экономических возможностей. Собственные потенциалы служат как для открытия экономической активности, так и для привлечения новых инвестиций.

Применение грамотной инновационно ориентированной экономической политики в регионах зависит от общего курса экономической политики, взятого высшим руководством страны. Формирование экономической политики Чувашской Республики неразрывно связано с необходимостью интенсификации инвестиционной деятельности, повышением качества управленческих процессов. Положительная динамика в реализации намеченной на рост экономической политики региона благотворно скажется на уровне жизни населения.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 28.04.1995 № 439 «О Программе Правительства Российской Федерации «Реформы и развитие российской экономики в 1995–1997 годах».

2. Андреев А. В. Региональная экономика : учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А. В. Андреев, Л. М. Борисова, Э. В. Плучевская. – СПб. : Питер, 2012. – 464 с.

3. Белокрылова О. С. Региональная экономика и управление : учеб. пособие / О. С. Белокрылова, Н. Н. Киселева, В. В. Хубулова. – М. : АЛЬФА-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 240 с.

4. Гаврилов А. И. Региональная экономика и управление : учеб. пособие для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – С. 76-77.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов : пер. с англ. / предисл. В. С. Афанасьева. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с. – (Антология экономической мысли).
6. Кадышев Е. Н. Проектирование интегрированной системы управления организацией на региональном уровне. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 205 с.
7. Кадышев Е. Н., Смирнов В. В. Эффективность социально-экономического развития региона // Сборник научных статей докторантов, аспирантов и соискателей. – Чебоксары, 2005. – С. 60-64.
8. Кистанов В. В., Копылов Н. В. Региональная экономика России : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2002. – С. 87.
9. Клоцвог Ф. и др. Ресурсный потенциал субъектов федерации и его использования. Региональная экономика. Ресурсы потенциал оценка расчет ресурсного потенциала субъект федерации – регион // Экономист. – 2009. – № 11.
10. Кураков Л. П., Тарасевич Л. С. Стратегические направления развития российской экономики. – М. : Вуз и школа, 2001. – 305 с.
11. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1 : Процесс производства капитала. – М. : Эксмо, 1969. – 905 с.
12. Масловский О. М., Ярошевич Е. Н. Проблемы регионов Беларуси. – Минск : Технология, 2006.
13. Мясникович М. В. Научные основы инновационной деятельности. – Минск : ИООО «Право и экономика», 2003.
14. Giersch H. Openness for Prosperity: Essays in World Economics / H. Giersch. Massachusetts institute of Technology, Cambridge, Massachusetts, 1993. – 358 p.
15. Gregory P., Stuart R. Comparative Economic Systems. 5-ed / P. Gregory, R. Stuart. Boston, 1995. – 492 p.
16. Hanh F., Solow R. A critical essay on modern macroeconomic theory. Oxford: BlackweliPublishing, 1998. – 158 p.
17. Lucas R. Econometric Policy Evaluation: A Critique / R. Lucas // Carnegie Rochester Conference Series on Public Policy, 1976. № 1. – P. 19-46.
18. Mundell R. A. International Economics / R. A. Mundell. New York: Macmillan, 1968. – 329 p.
19. Pryor F. Property and Industrial Organization in Communist and Capitalist Nations / F. Pryor. Bloomington: Indiana University Press, 1973. – P. 337.
20. Russian Economic Reform: Crossing the Thresholding of Strucrural Change. Washington, D.C.: The World Bank, 1992. – 356 p.
21. Tinbergen J. Economic Policy: Principles and Design. / J. Tinbergen. – Amsterdam: North-Holland Publishing Company, 1967. – 276 p.
22. Tinbergen J. On the theory of economic policy / J. Tinbergen. – Amsterdam: North-Holland, 1952. – 78 p.

N. N. Petrov*

** Petrov Nikolay Nikolaevich, Postgraduate student*

Chuvash State University, Cheboksary

pnn2401@mail.ru

PROVISIONS AND APPROACHES FOR THE FORMATION OF THE REGION'S ECONOMIC POLICY

Keywords: economic policy, regional policy, economic growth, quality improvement.

The article is devoted to the study of the problem of forming the economic policy of the regions. The purpose of the study is to identify the main aspects necessary for the formation of an effective economic policy of the region. The subject of the study is the process of forming the economic policy of the regions of the Russian Federation.

To solve the tasks, we used: methods of complex analysis, system analysis and synthesis. Theoretical and methodological base of the research was the results of works of domestic and foreign scientists. The practical significance of the work is that the studies were carried out on the basis of the emerging world trends in the formation of economic policy in the regions. The understanding of the significance of the region's economic policy at various time stages of the world economy development was considered. The main provisions that determine the novelty of the work can be used by the Government of the Chuvash Republic in developing regional programs for the development of the industrial complex and building up the industrial and production potential of the region; in the learning process when studying the course "Regional Economy". The formation and early implementation of a sound economic policy will solve many social and economic problems.

© Петров Н. Н., 2018

УДК 332.143

А. Ю. Сергеев*

**Сергеев Алексей Юрьевич, аспирант*

Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, г. Чебоксары

aleks_s20@mail.ru

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РЕГИОНА

Ключевые слова: регион, мониторинг, региональное развитие, социально-экономическое положение.

Раскрываются основные особенности механизма мониторинга социально-экономического положения региона на современном этапе развития. Автором предложена методика интегральной оценки уровня социально-экономического развития регионов, основанная на проведении многомерного статистического анализа с последующим ранжированием территорий, что позволит сформировать типологические кластеры по рассматриваемым критериям и дать их экономическую интерпретацию. Методика состоит из ключевых показателей (индикаторов), объединенных в пять блоков территориальной социально-экономической системы, и является основой комплексного мониторинга регионального развития.

Целью работы является формирование концепции эффективного механизма социально-экономического мониторинга региона. Предмет исследования – особенности формирования механизма мониторинга социально-экономического развития региона.

Информационная база исследования состоит из нормативно-правовых актов, регламентирующих основы функционирования региональной экономики и государственного управления социально-экономическими процессами; научных трудов зарубежных и российских авторов по проблемам территориальной подсистемы национальной экономики и формирования системы мониторинга ее развития. Решение задач в работе осуществлялось с помощью общенаучных методов исследования: сбора, обработки, сводки и декомпозиции информации, системно-аналитического и структурно-функционального анализа, синтеза.

Теоретическая значимость работы заключается в обобщении и совершенствовании концептуальных и методических основ формирования эффективного мониторинга социально-экономического развития региона. Практическая значимость исследования состоит в том, что содержащиеся в работе итоговые положения и рекомендации создают научную основу формирования эффективного социально-экономического мониторинга регионального развития, обеспечивающего территориальную устойчивость и адаптированного к потребностям разных групп пользователей информации.

Результаты работы могут быть использованы региональными органами власти при разработке территориальных программ социально-экономического развития и совершенствования управления развитием региона. Отдельные положения научной работы могут быть использованы в преподавании дисциплин «Региональная экономика», «Государственное и муниципальное управление».

Современный этап развития пространственной экономики характеризуется усилением межтерриториальных интеграционных процессов в социально-экономической сфере. Это требует постоянной диагностики мезоэкономической системы для выявления структурных дисбалансов в развитии отдельных секторов, асимметрии в функционировании отдельных территорий.

Анализ социально-экономического положения является важной областью исследования для любого уровня власти. В современных условиях особо актуальными являются вопросы изучения целого ряда процессов, происходящих в региональной социально-экономической системе. Отслеживая эти процессы, можно определить основные закономерности функционирования и развития внутрирегиональных территориальных единиц и в определенной степени – уникальность каждого из них, а также степень территориальной дифференциации по уровню жизни населения [18, с. 64].

Совершенствование механизмов принятия управленческих решений на региональном уровне должно осуществляться с помощью оптимизации методических подходов к формированию системного, гибкого и эффективного мониторинга социально-экономического развития региона, отвечающего требованиям всех заинтересованных групп пользователей.

Ключевая функция мониторинга заключается в том, что он способствует добыче актуальной информации для разработки важнейших программ развития в регионе, налаживанию взаимодействия федеральных и территориальных властей, обеспечению общего экономического роста страны.

Механизм мониторинга социально-экономического положения региона включает в себя следующие основные этапы:

- 1) отбор исследуемых явлений и процессов, определение пользователей отчетности мониторинга;
- 2) разработка процесса осуществления мониторинга: формирование инструментально-методического обеспечения мониторинга, определение субъектов и форм отчетности по мониторингу, выбор методов управления мониторингом;
- 3) организация механизма мониторинга, то есть организация сбора и анализа полученной информации, составление отчетности и разработка системы корректирующих мер;
- 4) оценка эффективности проведения мониторинга;
- 5) совершенствование механизма мониторинга [11, с. 185].

Основные компоненты механизма мониторинга социально-экономического развития региона можно представить как совокупность следующих последовательных аналитических мероприятий:

1. Определение существующих преимуществ территории в географической, ресурсной, производственно-технологической, кадровой и политической сферах. На данном этапе необходимо выявить те сферы экономики, потенциал которых раскрыт не в полной мере и которые не относятся к числу приоритетных направлений регионального развития, но, имея определенные предпосылки, могут потенциально создать конкуренцию для ведущих секторов экономики региона. Кроме того, этот этап должен быть связан с оценкой емкости рынков с точки зрения потребления товаров и услуг.

2. Определение отраслей, традиционно включаемых в предмет специализации региона. Здесь необходимо выявить возможные случаи несоответствия в локализации конкретных видов производств путем сравнения существующей природно-сырьевой базы и особенностей пространственного распределения производительных сил, относящихся к отраслям специализации территории. Следует определить степень концентрации бюджетных расходов на приоритетных отраслях, непосредственно связанных с уровнем и качеством жизни населения.

Важным индикатором региональной специализации здесь будет выступать не только удельный вес продукции отрасли в валовом региональном продукте, но и число работников, занятых в определенных сферах экономической деятельности, то есть степень социальной значимости соответствующей сферы. Для отдельных территорий важной характеристикой специализации будет являться площадь территории, занимаемой производительными силами отраслей специализации.

3. Выявление степени зависимости вспомогательных и обслуживающих отраслей от ключевых отраслей экономики и возможности секторальной диверсификации региона. На данном этапе также очень важна оценка зависимости региона от межбюджетных трансфертов, получаемых главным образом из федерального бюджета.

4. Разработка инструментальной базы мониторинга социально-экономического положения региона на основе системы индикаторов, основанной на принципах полноты, точности, гибкости и актуальности информации.

5. Осуществление многоуровневого мониторинга социально-экономического положения региона. Важно отметить, что в рамках данного этапа должны быть определены группы территорий, которые принципиально отличаются друг от друга по условиям социально-экономического функционирования. Данная задача может быть выполнена путем кластерного анализа. Вместе с тем важно выявить наличие структурных и отраслевых диспропорций, обуславливающих усиление дифференциации территорий по уровню социально-экономического развития.

6. Выработка комплекса рекомендаций по сглаживанию выявленных дисбалансов в территориальном развитии на базе программно-целевого подхода. В то же время разрабатываемые программы социально-экономического развития региона следует дифференцировать согласно результатам проведенного мониторинга, то есть необходимо выработать индивидуальный набор экономических регуляторов [3, с. 45-46].

Комплексный мониторинг, направленный на отражение реальной ситуации в региональной социально-экономической системе, должен отвечать двум ключевым требованиям:

1) системность – целостная оценка экономических, социальных, экологических, правовых и других аспектов исследуемой ситуации или проблемы в непосредственной их взаимосвязи и независимо от содержания и масштаба мониторинга;

2) полнота и логическая завершенность – наличие всех обязательных этапов сбора информации, ее анализа и диагностики какого-либо явления, процесса или проблемы [9, с. 22].

Вопросам комплексного исследования уровня регионального развития уделяется немало внимания учеными и экономистами. Однако достигнутый уровень исследований не в полной мере соответствует современным требованиям, обусловленным особенностями социально-экономического развития страны.

Следует отметить, что социально-экономическое развитие на территориальном уровне выступает в качестве сложного, многоаспектного предмета познания, состоящего из множества факторов и индикаторов, а также испытывающего определенные систематически содержательные трансформации. В связи с этим особо важна интегральная статистическая оценка социально-экономического положения регионов, которая может иметь разнообразные версии, основанные на начислении баллов, учете значимости и удельного веса отдельных индикаторов, рейтинговой или экспертной оценке и т. д. [4, с. 174].

В рамках регионального мониторинга можно использовать следующую авторскую методику интегральной оценки, опирающуюся на комплексный анализ развития социальной сферы и экономики региона (табл. 1).

**Система показателей для интегральной оценки уровня
социально-экономического развития региона**

№ п/п	Наименование показателя	Обозначение	Улучшение социально-экономического развития
1	2	3	4
<i>Производственно-хозяйственный блок</i>			
1	Валовой региональный продукт на душу населения, тыс. руб.	П1.1	→ max
2	Индекс физического объема валового регионального продукта, %	П1.2	→ max
3	Индекс промышленного производства, %	П1.3	→ max
4	Объем внешнеторгового оборота на душу населения, тыс. руб.	П1.4	→ max
5	Оборот розничной торговли на душу населения, тыс. руб.	П1.5	→ max
6	Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «Строительство», тыс. руб.	П1.6	→ max
7	Объем платных услуг на душу населения, тыс. руб.	П1.7	→ max
<i>Ресурсно-инфраструктурный блок</i>			
8	Стоимость основных фондов на душу населения, тыс. руб.	П2.1	→ max
9	Степень износа основных фондов, %	П2.2	→ min
10	Удельный вес ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда, %	П2.3	→ min
11	Число кредитных организаций и их филиалов на 100000 чел. населения, ед.	П2.4	→ max
12	Число малых предприятий на 10000 человек населения, ед.	П2.5	→ max
13	Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, км путей на 1000 кв. км территории	П2.6	→ max
<i>Инвестиционно-инновационный блок</i>			
14	Инвестиции в основной капитал на душу населения, тыс. руб.	П3.1	→ max
15	Иностранные инвестиции на душу населения, долл. США	П3.2	→ max
16	Объем инновационных товаров, работ и услуг на душу населения, тыс. руб.	П3.3	→ max
17	Количество организаций, выполняющих научные исследования и разработки на 100000 чел. населения, ед.	П3.4	→ max
18	Средний размер затрат на научные исследования и разработки, тыс. руб.	П3.5	→ max
<i>Финансовый блок</i>			
19	Уровень бюджетных доходов на душу населения, руб.	П4.1	→ max
20	Отношение объема доходов без учета безвозмездных поступлений к общему объему доходов, %	П4.2	→ max
21	Доля налоговых доходов в бюджете, %	П4.3	→ max
22	Отношение дефицита бюджета к доходам без учета безвозмездных поступлений, %	П4.4	→ min
23	Уровень долговой нагрузки на бюджет, %	П4.5	→ min

Продолжение табл. 1

1	2	3	4
24	Доля расходов на обслуживание долга в общем объеме расходов, %	П4.6	→ min
25	Доля убыточных организаций, %	П4.7	→ min
26	Доля просроченной кредиторской задолженности организаций, %	П4.8	→ min
27	Уровень инфляции, %	П4.9	→ min
28	Сумма банковских вкладов физических лиц в рублях, привлеченных кредитными организациями, на душу населения, тыс. руб.	П4.10	→ max
<i>Социальный блок</i>			
29	Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	П5.1	→ max
30	Средний размер назначенных пенсий, руб.	П5.2	→ max
31	Удельный вес населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	П5.3	→ min
32	Коэффициент Джини	П5.4	→ min
33	Уровень безработицы, %	П5.5	→ min
34	Число собственных легковых автомобилей на 1000 человек населения, ед.	П5.6	→ max
35	Охват детей дошкольным образованием, %	П5.7	→ max
36	Выпуск бакалавров, специалистов, магистров и специалистов среднего звена, специалистов на 10000 чел. населения	П5.8	→ max
37	Мощность амбулаторно-поликлинических организаций, посещений в смену на 10 тыс. человек населения	П5.9	→ max
38	Численность врачей и среднего медицинского персонала, специалистов на 10 тыс. человек населения	П5.10	→ max
39	Заболеваемость на 1000 человек населения, чел.	П5.11	→ min
40	Количество стадионов с трибунами на 1500 мест и более, ед. на 100000 чел. населения	П5.12	→ max

Данная методика состоит из ключевых показателей (индикаторов), объединенных в основные блоки региональной социально-экономической системы:

- 1) производственно-хозяйственный;
- 2) ресурсно-инфраструктурный;
- 3) инвестиционно-инновационный;
- 4) финансовый;
- 5) социальный.

Состояние каждого блока оценивается на основе анализа системы индикаторов регионального развития, соответствующих требованиям адекватности, системности и гибкости. Так как в процессе экономической оценки показатели могут иметь разную размерность, весомость, совокупность показателей приводится к безразмерному виду, т. е. единому интервалу изменения на основе стандартизации исходных данных по схеме, показанной на рис. 1.



Рис. 1. Схема расчета сводного стандартизованного показателя социально-экономического развития региона

Примечание: Π_{ij} – расчетное значение i -го показателя j -го региона; Π_{icp} – среднее значение i -го показателя в группе регионов; σ_i – среднеквадратическое отклонение i -го показателя; Π_{ij}^{cm} – стандартизованное значение i -го показателя j -го региона; $\Pi_j^{св.см}$ – сводное стандартизованное значение для j -го региона

Расчетные стандартизованные коэффициенты свидетельствуют о состоянии конкретной стороны социально-экономической сферы региона и не дают однозначного ответа о степени территориального развития ввиду необходимости сопоставления и выделения наиболее и наименее успешно развивающихся регионов. В связи с этим предлагается рассчитать сводный стандартизованный коэффициент $\Pi_j^{св.см}$, который представляет собой сумму стандартизованных коэффициентов Π_{ij}^{cm} . При этом чем больше расчетное значение данного показателя, тем выше уровень социально-экономического развития субъекта РФ.

На основе проведенной оценки социально-экономического развития осуществляется классификация регионов по степени проблемности. Построение типологий (или типологических группировок) территорий необходимо как для диагностики социально-экономического положения, так и для решения важнейших функций и задач государственной региональной политики [7, с. 74].

Таким образом, мониторинг согласно предложенной автором методике, основанной на комплексной оценке состояния основных сфер территориальной социально-экономической системы, позволит не только контролировать, но и своевременно корректировать ситуацию в регионе.

Список литературы

1. Бобрышев А. Н. Концептуальные основы мониторинга социально-экономического развития региона / А. Н. Бобрышев, М. Ю. Казаков // КАНТ. – 2011. – № 2. – С. 97-100.
2. Бобрышев А. Н. Сущность и особенности проведения мониторинга социально-экономического и пространственного развития региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 1. – С. 11-20.
3. Бунчиков О. Н. Концептуальная модель мониторинга социально-экономического развития региона // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2012. – № 1. – С. 44-48.
4. Волкова Е. Н. Проблемы интегральной статистической оценки социально-экономического развития региона // Экономика, статистика и информатика. – 2015. – № 3. – С. 170-175.

5. Джуха В. М. Сравнительный анализ инструментально-методического обеспечения оценки социально-экономического развития региона / В. В. Джуха, Т. Ю. Синюк // Региональные социогуманитарные исследования. История и современность : материалы III международ. науч.-практ. конф. – Прага, 2013. – С. 18-23.
6. Когут А. Е. Информационные основы регионального социально-экономического мониторинга / А. Е. Когут, В. С. Рохчин. – СПб. : ИНФРА, 1995. – 256 с.
7. Кузнецов Р. А. Основные подходы к оценке уровня социально-экономического развития региона и выработке направлений государственной поддержки проблемных территорий // Социально-экономические явления и процессы. – 2013. – № 12. – С. 71-76.
8. Малиновская Н. А. Анализ системы мониторинга социально-экономического развития региона / Н. А. Малиновская, И. О. Нагаслаева // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – № 2. – С. 48-53.
9. Миничкина В. П. Методические аспекты проведения мониторинга социально-экономического развития регионов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 38. – С. 21-26.
10. Репова М. Л. Инструментарий социально-экономического мониторинга регионов для целей управления / М. Л. Репова, Е. В. Сазанова, Ю. С. Лобанова // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. – № 13. – С. 44-53.
11. Халтаева С. Р. Основные аспекты организации мониторинга регионального социально-экономического развития // Статистика и Экономика. – 2013. – № 6. – С. 185-188.
12. Яшина Н. И. Совершенствование методологии определения бюджетной устойчивости субъектов РФ: два подхода к оценке в современных социально-экономических условиях / Н. И. Яшина, Е. В. Поющева, Н. Н. Прончатова-Рубцова // Финансы и кредит. – 2013. – № 11. – С. 2-11.
13. Bohackova I. Process analysis – the proposal of method for evaluation of the effectivenesses of the use of structural supports at the regional level / I. Bohackova, M. Hrabankova // Agricultural Economics. – 2006. – № 12. – P. 578-587.
14. Burtseva T. A. Statistical Research of Investment Development of Russian Regions / T. A. Burtseva, V. I. Aleshnikova, M. V. Dubovik, K. V. Naidenkova, N. B. Kovalchuk, N. V. Repetskaya, O. G. Kuzmina, A. A. Surkov, O. I. Bershadskaya, A. V. Smirennikova // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – № 11 (15). – P. 8182-8192.
15. Gradea C. Analysis and planning of regional development-contextual variables to develop a model for monitoring financial indicators at regional level // Annals-Economy Series. – 2013. – № 6. – P. 180-184.
16. Hrabankova M. Monitoring of regional development dynamics with use of process analysis / M. Hrabankova, L. Svatosova, I. Bohackova // Agricultural Economics. – 2005. – № 3. – P. 112-116.
17. Leshuk G. Monitoring mechanism for investment development of regions' infrastructure // Baltic Journal of Economic Studies. – 2017. – № 3 (4). – P. 142-150.
18. Malganova I. Instrumental and Methodological Approaches to Research of Socio – Economic Development of the Region / I. Malganova, H. Zagladina // Procedia Economics and Finance. – Vol. 27. – 2015. – P. 64-68.
19. Manzhosova I. B. Monitoring parameters related to investment activity in the agrarian sector of region's economies / I. B. Manzhosova, E. V. Rodina, A. F. Dolgoplova, I. P. Shepet, V. N. Ryabov // The Journal of Internet Banking and Commerce. – 2016. – № 21 (3). – 16 p.
20. Myachin D. A. Regional features of attracting Foreign investments into the Russian economy / D. A. Myachin, A. M. Royzen, A. N. Pershikov // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – № 166. – P. 131-134.

21. Shishkin A. I. Essence, objectives and principles of monitoring of socio-economic processes in the regional // Economy of the North-West: problems and prospects. – 2004. – № 4. – 16 p.

22. Usenko L. N. Monitoring methodology for socio-economic development of a region (through the example of the South of Russia regions) / L. N. Usenko, A. M. Usenko, T. N. Uryadova, T. A. Bashkatova, S. V. Beliaeva // Espacios. – 2017. – № 38 (23).

A. Y. Sergeev *

** Sergeev Aleksey Yurievich, Postgraduate student*

Chuvash State University, Cheboksary

aleks_s20@mail.ru

DEVELOPMENT OF THE MECHANISM FOR MONITORING THE SOCIAL AND ECONOMIC SITUATION OF THE REGION

Keywords: region, monitoring, regional development, social and economic situation.

The main features of the monitoring mechanism of the socio-economic situation of the region at the present stage of development are disclosed. The author suggests a methodology for an integrated assessment of the level of social and economic development of regions based on multidimensional statistical analysis with subsequent ranking of territories, which will allow to form typological clusters according to the criteria and give their economic interpretation. The methodology consists of key indicators, combined into five blocks of the territorial socio-economic system, and is the basis for comprehensive monitoring of regional development.

The aim of the work is to form the concept of an effective mechanism for socio-economic monitoring of the region. The subject of the study is the features of the formation of a mechanism for monitoring the socio-economic development of the region.

The information base of the research consists of normative legal acts regulating the basics of functioning of the regional economy and state management of socio-economic processes; scientific works of foreign and Russian authors on the problems of the territorial subsystem of the national economy and the formation of a system for monitoring its development. The solution of problems in the work was carried out with the help of general scientific methods of research: collection, processing, summaries and decomposition of information, system-analytical and structural-functional analysis, synthesis.

The theoretical significance of the work is to generalize and improve the conceptual and methodological foundations for the formation of effective monitoring of the socio-economic development of the region. The practical significance of the research is that the final statements and recommendations contained in the work create the scientific basis for the formation of effective social and economic monitoring of regional development, ensuring territorial stability and adapted to the needs of different groups of users of information.

The results of the work can be used by regional authorities when developing territorial programs for social and economic development and improving the management of the region development. Separate provisions of scientific work can be used in the teaching of disciplines "Regional Economy", "State and Municipal Administration".

© Сергеев А. Ю., 2018

УДК 338.47:656(575.3)

Т. И. Тохиров*

**Тохиров Тохиржон Исломжонович, ст. преподаватель*

*Политехнический институт Таджикского технического университета
имени академика М. С. Осими, г. Худжанд, Республика Таджикистан
tohirov.82@mail.ru*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, автомобильный транспорт, коэффициент Энгеля, коэффициент Гольца, коэффициент Успенского, коэффициент Василевского, грузовые перевозки, пассажирские перевозки.

Рассматриваются основные направления повышения конкурентоспособности регионов за счет развития их транспортной инфраструктуры, обозначены проблемы в её развитии при переходе к современной рыночной экономике, определены направления региональной поддержки формирования транспортной инфраструктуры, отвечающей потребностям повышения конкурентоспособности региона. Определены показатели функционирования транспортной инфраструктуры. Для оценки уровня развития транспортной инфраструктуры территории использованы коэффициенты Энгеля, Гольца, Успенского и Василевского. Приведены некоторые показатели, характеризующие состояние транспортной инфраструктуры в соответствии с данными статистических источников Республики Таджикистан. Произведена группировка и типология территориально-транспортных систем регионов. На основе изучения состояния развития транспортной инфраструктуры выявлены приоритеты её дальнейшего развития. Показано, что в целом горы оказывают существенное влияние на конфигурацию и пересеченность транспортной сети, что проявляется в особенностях формирования и развития транспортной инфраструктуры горных регионов, какими является Согдийская область и Таджикистан в целом.

В эпоху глобальной либерализации торговли, инвестиций, человеческого капитала и потоков знаний отмечается стремление отдельно взятых регионов стать более конкурентоспособными. Поскольку инновационные инфраструктуры являются фактором конкурентоспособности, их развитие кажется незаменимым. Этот тип инфраструктуры представляет собой набор структурных и взаимосвязанных элементов, которые обеспечивают основу для продвижения и развития инноваций, науки и техники. Современная система социально-экономического развития, ориентированная на транспортную инфраструктуру, все в большей степени основывается на территориальных диспропорциях с участием различных групп субъектов, заинтересованных в развитии инфраструктуры. Вопрос о влиянии инфраструктуры, особенно транспорта, на развитие всегда был предметом многочисленных дискуссий. Эти дебаты более актуальны чем когда-либо в Таджикистане, поскольку строительство транспортной инфраструктуры является частью плана восстановления её экономического потенциала, определенного государством в 2011 году [1].

Из-за интенсивного использования инфраструктуры транспортный сектор является важным компонентом экономики и является общим инструментом, используемым для развития. С развитием интеграционных процессов, где экономические возможности все больше связаны с мобильностью людей, товаров и информации, очевидна взаимо-

связь между количеством и качеством транспортной инфраструктуры и уровнем экономического развития. Инфраструктура транспорта с высокой плотностью и сети обычно связаны с высокими уровнями развития экономики региона. Когда транспортные системы эффективны, они обеспечивают экономические и социальные возможности и выгоды, которые приводят к положительным мультипликативным эффектам, таким как более широкий доступ к рынкам, занятость и дополнительные инвестиции. Когда транспортные системы недостаточны по мощности или по надежности, они могут иметь экономические издержки, такие как сокращенные или упущенные возможности и более низкое качество жизни.

Протяжённость автомобильных дорог Республики Таджикистан составляет 26366 км, железнодорожных путей широкой колеи – 666 километров. Сеть автодорог общего пользования при Министерстве транспорта Республики Таджикистан состоит из 14141 км, что составляет 56,3% сети дорог республики. Ведомственные дороги составляют 12563 км, т. е, 47,7% всей сети дорог. Сеть дорог Министерства транспорта включает 5423,1 км республиканских дорог и 8717,9 км местных дорог, что составляет 38 и 62% соответственно [5].

Автомобильные дороги здесь доминируют над воздушным транспортом и железными дорогами для местных грузовых перевозок. Среднее расстояние перевозки грузов составляет 22 км, что слишком мало для экономичной транспортировки грузов воздушным или железнодорожным транспортом [5]. Пассажиры, передвигающиеся внутри страны, в подавляющем большинстве пользуются автомобильным транспортом на совокупном уровне, эффективная транспортировка снижает затраты во многих секторах экономики, в то время как неэффективная транспортировка увеличивает эти затраты.

Для оценки уровня развития транспортной инфраструктуры территории используются различные коэффициенты. Наиболее распространенными из них являются коэффициенты Энгеля, Гольца, Успенского, Василевского.

Коэффициент Энгеля рассчитывается по следующей формуле [1]:

$$d = \frac{L}{\sqrt{S \cdot H}}$$

где L – общая длина транспортных путей; S – площадь территории; H – численность населения.

Коэффициент Гольца рассчитывается как [1]

$$d = \frac{L}{\sqrt{S \cdot \Pi}}$$

где Π – число населенных пунктов.

Коэффициент Гольца, по сути, является модификацией коэффициента Энгеля, так как коэффициент Энгеля может несколько исказить картину уровня транспортного развития территорий, учитывая, что численность населения разных районов, регионов и стран может значительно различаться, а коэффициент Гольца выводит более выверенную картину уровня транспортного развития, учитывая, что порой одни и те же транспортные пути соединяют населенные пункты с различной численностью населения.

Коэффициент Успенского рассчитывается как [1]

$$d = \frac{L}{\sqrt[3]{S \cdot H \cdot t}}$$

где t – общий вес отправляемых на территории грузов.

Коэффициент Успенского является также модификацией коэффициента Энгеля с учетом веса отправляемых на территории грузов.

Коэффициент Василевского рассчитывается как [1]

$$d = \frac{L}{\sqrt[3]{S \cdot H \cdot Q}}$$

где Q – общий вес произведенной продукции.

Коэффициент Василевского является модификацией коэффициента Успенского с учетом общего веса произведенной продукции [1]. Для анализа состояния развития транспортной инфраструктуры Согдийской области произведен расчёт коэффициента Энгеля для городов и районов области (табл. 1).

Таблица 1

Показатели транспортной сети Согдийской области

Название единицы региона	Население, тыс. чел.	Площадь тыс. км ²	Плотность населения чел./км ²	Длина транспортных путей, км	Коэффициент Энгеля
Город Худжанд	172,7	0,28	6 167	462	2,1
Айнинский район	76,9	5,2	14,8	327,1	0,51
Аштский район	151,6	2,8	54,1	316,3	0,48
Б. Гафуровский район	347,4	2,7	128,7	428,1	0,44
Деваштич	154,3	1,6	96,4	233,4	0,46
Горно-Матчинский район	22,8	3,7	6,2	274,5	0,94
Дж.Расуловский район	125,0	0,3	416,7	252,4	1,30
Зафарабадский район	67,4	0,4	168,5	200	1,21
Истаравшанский район	185,6	0,7	350,7	266,2	0,73
Исфаринский район	204,5	0,8	314,2	270,1	0,66
Канибадамский район	146,3	0,8	245,0	289,6	0,84
Матчинский район	113,4	1,0	113,4	148,7	0,44
Пенджикентский район	231,2	3,7	73,5	285	0,30
Спитаменский район	128,7	0,4	321,7	198,3	0,87

Источник: рассчитано автором с использованием [5].

Анализ состояния транспортной инфраструктуры Согдийской области и расчёт коэффициента Энгеля показали, что наиболее развитыми являются город Худжанд, Дж. Расуловский район и Зафарабадский район. Низкий уровень развития транспортной инфраструктуры характерен для районов Пенджикент, Матча и Б. Гафуров (табл. 1). Показатели транспортной сети Республики Таджикистан и оценка её состояния с помощью коэффициента Гольца приведены в табл. 2.

Таблица 2

Показатели транспортной сети Республики Таджикистан

Название единицы регион	Длина транспортных путей, км	Площадь тыс. км ²	Число населенных пунктов, ед.	Коэффициент Гольца
Душанбе, РРП	2795	28,5	106	1,60
Хатлонская область	5076	24,7	137	2,75
Согдийская область	3414	25,2	101	2,13
ГБАО	2690	62,9	44	1,61

Источник: рассчитано автором с использованием [5].

Рассчитанные коэффициенты Гольца показывают, что наибольшее значение получает Хатлонская область, за ним идет Согдийская область.

Транспорт несет важную социальную и экологическую нагрузку, которой нельзя пренебрегать. Оценка экономической важности транспортировки требует категоризации типов воздействий, которые она передает. К ним относятся основные (физические характеристики транспорта), оперативные и географические аспекты.

Наиболее значимым воздействием транспорта является увеличение себестоимости товаров. Улучшение производительности, особенно с точки зрения надежности, а также снижение потерь или ущерба. Это подразумевает более высокий уровень использования существующих транспортных активов, приносящих пользу своим пользователям, поскольку пассажиры и грузовые перевозки осуществляются быстрее и с меньшими задержками.

Доступ к более широкой рыночной базе, где экономия за счет масштаба производства, распределения и потребления может быть улучшена. Повышение производительности за счет доступа к более широкой и разнообразной базе ресурсов (сырья, деталей, энергии или рабочей силы) и более широких рынков для различных продуктов (промежуточных и готовых изделий). Еще одно важное географическое воздействие касается влияния транспорта на местоположение деятельности и ее воздействия на земельные ценности.

Таким образом, экономическое значение транспортной отрасли можно оценить с точки зрения макроэкономики и микроэкономики.

На макроэкономическом уровне (важность транспорта для целой экономики) транспорт и мобильность, которую он предоставляет, связаны с уровнем производства, занятости и доходами в национальной экономике. Во многих развитых странах транспортные расходы составляют от 6 до 12% ВВП. Кроме того, стоимость всех транспортных активов, включая инфраструктуру и транспортные средства, может легко составлять половину ВВП развитой экономики.

На микроэкономическом уровне (важности транспортировки для определенных частей экономики) транспорт связан с производственными и потребительскими издержками. Таким образом, важность конкретных видов транспорта и инфраструктуры может быть оценена для каждого сектора экономики. Как правило, более высокие уровни дохода связаны с большей долей транспорта в расходах на потребление. Транспортные расходы составляют в среднем от 10 до 15% расходов домашних хозяйств, тогда как на их долю приходится около 4% затрат на каждую единицу продукции в обрабатывающей промышленности, но этот показатель сильно варьируется в зависимости от подсекторов [5].

Эффекты добавленной стоимости и занятости транспортных услуг обычно выходят за рамки своей деятельности, косвенные эффекты являются существенными. Например, транспортные компании приобретают часть своих ресурсов (топливо, поставки, техническое обслуживание) от местных поставщиков. Производство этих материалов порождает дополнительную добавленную стоимость и занятость в местной экономике. Поставщики, в свою очередь, покупают товары и услуги у других местных фирм. Существуют дальнейшие раунды местных перерасчетов, которые генерируют дополнительную добавленную стоимость и занятость. Аналогичным образом домашние хозяйства, которые получают доход от занятости в транспортной деятельности, тратят часть своих доходов на местные товары и услуги. Эти покупки приводят к дополнительным местным рабочим местам и добавленной стоимости. Часть доходов домашних хозяйств от этих дополнительных рабочих мест, в свою очередь, расходуется на местные товары и услуги, тем самым создавая дополнительные рабочие места и доходы для местных домашних хозяйств. В результате этих последовательных перерасчетов в рам-

ках местных закупок общее влияние на экономику превышает начальный раунд производства, доходов и занятости, связанных с деятельностью пассажирских и грузовых перевозок. Таким образом, с общей точки зрения экономические последствия транспортировки могут быть прямыми и косвенными.

Результат улучшения потенциала и эффективности, когда транспорт обеспечивает занятость, добавленную стоимость, большие рынки, а также улучшает время и затраты. Общий спрос на экономику растет.

Результат улучшения доступности и эффекта масштаба, косвенная добавленная стоимость и рабочие места являются результатом местных покупок компаниями, которые напрямую зависят от транспортной активности. Транспортная деятельность несет ответственность за широкий спектр косвенных эффектов с добавленной стоимостью и занятости через связи транспорта с другими секторами экономики (например, фирмы по поставкам канцелярских товаров, поставщики оборудования и запчастей, услуги по техническому обслуживанию и ремонту, страховые компании, консалтинговые и другие бизнес-услуги). Результат эффекта экономического мультипликатора, когда цена товаров или услуг падает и/или их разнообразие увеличивается.

Транспорт связывает факторы производства в сложной сети взаимоотношений между производителями и потребителями. Результатом обычно является более эффективное разделение производства путем использования географических сравнительных преимуществ. Таким образом, производительность пространства, капитала и рабочей силы повышается за счет эффективности распределения и личной мобильности. Экономический рост все больше связан с развитием транспорта, а именно с инфраструктурами, но и с управленческим опытом, который имеет решающее значение для логистики. Таким образом, хотя транспорт является интенсивной инфраструктурой, твердые активы должны поддерживаться множеством мягких активов, а именно рабочей, управленческими и информационными системами. Необходимо принять решение о том, как использовать и управлять транспортными системами таким образом, чтобы оптимизировать преимущества и минимизировать затраты и неудобства.

В последние годы динамика экономических явлений все чаще характеризуется появлением растущей конкуренции, которая постепенно переходила от отдельных предприятий к экономическим и территориальным системам, определяя необходимость пересмотра отношений, существующих между производительными субъектами и окружающей средой, в которой они действуют. Достижение и поддержание конкурентных позиций все чаще является результатом взаимодействия между действиями отдельных лиц (а не только экономических) и наличием ресурсов, присутствующих в социально-экономическом контексте ссылки. Последнее относится к структурным переменным, включая учреждения, производственные секторы, государственно-частное сочетание, человеческие и природные ресурсы, инфраструктуру, культурные корни, которые, как правило, модифицируются с помощью долгосрочных процессов, но которые недавно показали сильное ускорение, вызванное непредсказуемыми событиями, такими как конец холодной войны во всем мире и процесс институциональных преобразований в странах СНГ.

Список литературы

1. Задворный Ю. В. Критерии эффективности транспортной инфраструктуры региона // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1 (1). – С. 168-172.
2. Гольская Ю. Н. Понятие транспортной инфраструктуры и оценка ее влияния на региональную экономику // Транспортная инфраструктура Сибирского региона : материалы Второй межвуз. науч.-практ. конф. : в 6 т. – Иркутск : ИрГУПС, 2011. – С. 157-162.

3. Кельбах С. В. Перспективы развития транспортной инфраструктуры в российских регионах // Журнал правовых и экономических исследований. – 2014. – № 1. – С. 189-192.

4. Таджикистан в цифрах 2017 : стат. сб. – Душанбе, 2017. – С. 160.

5. Государственная целевая программа «Развитие транспортного комплекса Республики Таджикистан на 2010–2025 годы» : приложение к Постановлению Правительства Республики Таджикистан. – Душанбе, 2009.

6. Азимов П. Х. Развитие транспортно-логистической инфраструктуры в Республике Таджикистан // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2017. – Т. 11. – № 2. – С. 159-165.

7. Каточков В. М., Азимов П. Х. Концептуальные положения формирования транспортно-логистической системы Республики Таджикистан // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2017. – Т. 11. – № 4. – С. 142-149.

8. Данилюк А. А., Мифтахова М. Р. Грузооборот автомобильного транспорта как показатель экономического развития региона // Казанская наука. – 2016. – № 4. – С. 30-32.

9. Колесникова Т. О., Пышный В. А. Анализ доступности маршрутной сети пассажирского транспорта в Душанбе // Альтернативные источники энергии в транспортно-технологическом комплексе: проблемы и перспективы рационального использования. – 2016. – Т. 3. – № 1. – С. 417-421.

10. Гордиенко М. С. Бюджетные расходы на транспортную инфраструктуру: невозвратные вложения или эффективные инвестиции // Экономические системы. – 2016. – № 3. – С. 52-53.

11. Буценко И. Н., Велиляева Э. С., Коркина А. К. Проблемы интеграции России в мировую транспортную инфраструктуру // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2017. – № 1. – С. 5-9.

12. Бережная О. В. Транспортная инфраструктура как фактор экономического развития региона: проблемы функционирования // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. – 2011. – № 2 (18). – С. 70-74.

13. Раджабов Р. К. Экономико-математическое моделирование размещения автосервисных предприятий в регионах // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2017. – Т. 1. – № 2-5. – С. 86-89.

14. Раджабов Р. К., Шодиев Ш. К., Наджмудинов Н. А. Теоретические аспекты экономической сущности транспортной инфраструктуры в условиях рыночной экономики // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. – 2017. – Т. 1. – № 2-4. – С. 89-94.

15. Рауфи А. Транспорт в системе рыночной экономики : монография / под общ. ред. проф. А. Х. Катаева. – Душанбе : Ирфон, 2002. – 255 с.

16. Сангинов О. К. Пассажирский автомобильный транспорт и социально-экономическое развитие горных регионов. – Душанбе : Ирфон, 1999. – 70 с.

17. Сандакова Н. Ю. Инновационные инструменты развития транспортной инфраструктуры региона // Современные вызовы и реалии экономического развития России : материалы IV международ. науч.-практ. конф. – Ставрополь, 2017. – С. 270-271.

18. Кузнецов Ю. Ю. Оценка эффективности функционирования транспортной инфраструктуры // Города и местные сообщества. – 2015. – Т. 1. – С. 186-193.

T.I. Tohirov *

** Tohirov Tohirjon Islomozhonovich, Senior Lecturer*

Khujand Polytechnic Institute of Tajik Technical University, Khujand, Republic of Tajikistan

tohirov.82@mail.ru

**IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE REGION THROUGH
THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE
ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN**

Key words: transport infrastructure, automobile transport, Engel coefficient, Golts coefficient, Uspensky coefficient, Vasilevsky coefficient, freight traffic, passenger transportation.

The main directions of increasing the competitiveness of the regions are considered at the expense of their transport infrastructure development, problems in its development are identified in the transition to a modern market economy. The directions for regional support for the formation of transport infrastructure meeting the needs of increasing the competitiveness of the region. Indicators of the functioning of transport infrastructure are determined. To assess the level of development of the transport infrastructure of the territory, the coefficients of Engel, Golts, Uspensky and Vasilevsky were used. Some indicators describing the state of the transport infrastructure in accordance with the statistical sources of the Republic of Tajikistan are given. The grouping and typology of regional transport systems have been made. Based on the study of the state of development of the transport infrastructure, the priorities for its further development are identified. It is shown that in general the mountains exert a significant influence on the configuration and the intersection of the transport network, which is manifested in the specifics of the formation and development of the transport infrastructure of the mountainous regions, such as the Sughd region and Tajikistan as a whole.

© *Tohirov T. I., 2018*

УДК 334.7

Л. В. Иваненко*

**Иваненко Лариса Викторовна, доктор экономических наук, профессор Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С. П. Королева (национальный исследовательский университет), г. Самара
ivanenko_lv@mail.ru*

Р. И. Кульметьев*

**Кульметьев Роман Игоревич, аспирант Самарский государственный аэрокосмический университет имени академика С. П. Королева (национальный исследовательский университет), г. Самара
Rico kulmetevr@mail.ru*

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, поддержка инновационного предпринимательства, инновационное государственное предпринимательство, субъекты инновационного предпринимательства, стартапы, инновационные производственно-территориальные кластеры.

Рассмотрены актуальные вопросы развития инновационного предпринимательства на современном этапе. Представлены особенности государственного предпринимательства, которое можно рассматривать в рыночной экономике как интегрированную совокупность предпринимательских организаций. Реализуется государственное предпринимательство через государственные органы управления, которые в соответствии с действующим законодательством наделены полномочиями по управлению государственными и муниципальными предприятиями. Подтверждается, что в период санкционных ограничений возникает острая необходимость в появлении и применении качественно новых инновационных методов при организации предпринимательской деятельности. Предприятия и организации частного сектора, деятельность которых непосредственно связана с инновационными техниками и технологиями, особенно нуждаются в государственной поддержке. Показано, что существует ряд мер по поддержке инновационной деятельности в сфере частного предпринимательства. Действующие сегодня инновационные производственно-территориальные кластеры могут быть представлены и сформированы субъектами инновационного предпринимательства.

Отмечается, что стартапы являются на современном этапе субъектами инновационного предпринимательства и также могут быть членами инновационных производственно-территориальных кластеров.

Сегодня значение термина «инновационное предпринимательство» приобрело множество различных вариантов. Зачастую инновационное предпринимательство представляет собой следующее:

- во-первых, это может быть источник создания и внедрения новых видов готовой продукции – технологий, товаров, услуг;
- во-вторых, это может быть разработка и создание каких-либо интеллектуальных благ – проектов, программ, пр.

В ситуации, которая сложилась в условиях финансово-экономического кризиса, возникает необходимость применения новых, инновационных методов, способствующих

щих повышению уровня развития предпринимательской деятельности во всех ее видах, формах и направлениях.

Предприятия и организации частного сектора, деятельность которых непосредственно связана с инновационными техниками и технологиями, особенно нуждаются в государственной поддержке.

Практика свидетельствует, что самостоятельно хозяйствующие субъекты (крупные промышленные предприятия, малый и средний бизнес и др.) могут быть представлены в виде таких организационных структур, как:

- бизнес-инкубаторы;
- технологические платформы;
- национальные инновационные инициативы;
- инновационные производственно-территориальные кластеры.

Респондентами таких форм организационного сотрудничества могут быть совместно разработаны и рекомендованы проекты, нацеленные на решение важных инновационных технических и технологических задач. Основной причиной взаимодействия таких хозяйствующих субъектов служит общая готовность к интеграции, информатизации и инновации посредством «сетевого взаимодействия».

Сетевая форма кооперации представляется самой неоднозначной из современных форм организации хозяйственной деятельности, но при этом самой перспективной с точки зрения результативности и востребованности. Значимость данной формы интеграции участников процесса создания инновационной технологической продукции в современных российских условиях связана не только с трендами в мировой экономике, но и с комплексом специфических российских особенностей. Далее отметим некоторые тенденции.

1. Прежде всего для фирм, которые являются лидерами на своих рынках, и фирм, следующих за ними, требуется сокращение числа ступеней в их иерархических конструкциях. В данном случае фирмы создают горизонтальные конструкции, где каждое подразделение реально самостоятельно независимо, а также имеет определенные возможности взаимодействия на рынке. Такая горизонтальная связь не нуждается в каких-либо надстройках в виде совместной администрации или в осуществлении общих хозяйственных функций. В результате концентрации основных компетенций бизнес-субъектов, отсутствия транзакционных издержек и обособленной самостоятельности в операциях такие конструкции весьма эффективны и поэтому их стараются организовать повсюду, где это представляется возможным.

2. Также необходимо уменьшение продолжительности инновационного цикла, т.к. за рубежом время от появления новой технологии до выпуска готовой продукции, изготовленной по данной технологии, постоянно сокращается.

3. Кроме того, наблюдается обширное, всепроникающее распространение информационных технологий и трансформация целых отраслей на основе инновационных решений и структурированных под них бизнес-процессов.

4. Отмечается, что влияние потребителей на производство различных продуктов, товаров и на предоставление услуг постоянно возрастает. Покупатели стали более требовательны, практически формируется горизонтальное сотрудничество равноправных партнеров.

На практике наличие этих факторов приводит к более высоким, жестким технологическим требованиям, к неуклонному соблюдению разработанных стандартов, а также к постоянному усложнению социальных, политических и юридических правил функционирования. Это приводит к дополнительным экономическим затратам. Перемены внешних институциональных условий в сочетании с другими факторами, например смена технологий производства и др., в итоге ведут к необходимости регулярно изменять бизнес-процессы, перестраивать структуру управления предприятием, что в свою оче-

редь требует замены самой бизнес-модели на более современную и эффективную, соответствующую новым требованиям и учитывающую особенности внешней среды.

Необходимо отметить специфику современной российской экономической действительности с учетом важности и значимости сетевой формы интеграции.

Во-первых, это существенное падение платежеспособного спроса частного сектора.

Во-вторых, это снижение уровня ликвидности большинства организаций, которые выпускают инновационную продукцию.

В-третьих, это ужесточение конкуренции на рынках инновационной продукции, которое вызывает необходимость производить продукцию, соответствующую мировому уровню по конкурентоспособности.

В-четвертых, это усиливающаяся концентрация рынков инновационной продукции. В связи с этим требуются совместные действия российских специалистов-производителей инновационных товаров, продукции, оборудования, а не простая конкуренция между ними.

В-пятых, усиленная деятельность государственных структур в процессе внедрения инновационных форм организации производства и реализации инновационных продуктов и товаров для повышения соответствующей конкурентоспособности экономической деятельности страны.

Существует ряд мер по поддержке инновационной деятельности в сфере частного предпринимательства.

Прежде всего имеются в виду упрощенные формы налогового учета и специальные налоговые требования, а также упрощение налоговых деклараций по ряду налогов и сборов для организаций.

Затем для предприятий, осуществляющих социально значимые виды деятельности, предлагается упрощенная схема проведения бухгалтерской отчетности. Также возможен доступный порядок составления статистической отчетности.

Кроме того, за приватизированное предпринимателями имущество может быть осуществлена льготная последовательность расчетов.

Учитываются особенности участия субъектов предпринимательства в качестве подрядчиков для оформления заказов на поставки товаров, выполнение работ, предоставление услуг для муниципальных и государственных потребностей.

Отметим, что эффективность инновационного развития регионов достаточно низкая. Указываются самые разнообразные причины ситуации, сложившейся в сфере инновационного развития. К сожалению, многие исследователи, ученые, научные сотрудники, выполняя темы научных исследований, не видят возможности внедрения своих разработок и изобретений в производство. Государственно-частное партнерство, как возможный механизм внедрения нововведений, не всегда бывает достаточно заинтересовано во внедрении инноваций.

В настоящее время проблемы развития структуры государственного регулирования экономики в значительной степени зависят от государственного предпринимательства. Известно, что регулирование экономики осуществляется в стране в результате государственного предпринимательства. Реализуется государственное предпринимательство через государственные органы управления, которые в соответствии с действующим законодательством наделены полномочиями по управлению государственными и муниципальными предприятиями. Однако следует заметить, что зачастую объектами государственной собственности оказываются достаточно важные для населения и государства предприятия, но которые функционируют экономически не эффективно и для частного бизнеса интереса не представляют. Традиционно в составе государственной собственности находятся такие отрасли, продукция которых необходима для удовлетворения стратегических

потребностей народного хозяйства всей страны. К ним относятся такие, как оборона страны, энергетика и энергетические системы, связь и др., а также коммунальные или общественно значимые системы: дороги, теплоснабжение, уличное освещение и др. Кроме того, к государственному предпринимательству нужно отнести коммерческую аренду природных ресурсов, принадлежащих государству.

Основными направлениями государственной программы создания и развития предпринимательской среды в стране являются следующие.

- формирование принципов и направлений поддержки предпринимательства как главного фактора инновационного и социально-экономического развития экономики;
- внедрение стратегии развития, разработанной на основе инновационных принципов;
- доступность и упрощение правил взаимодействия государственных структур и предпринимательской среды;
- создание социально-экономической и инновационной направленности деятельности бизнеса в условиях рынка;
- целесообразность привлечения правоохранительных структур для защиты бизнеса и создания экономической безопасности в стране;
- организация мониторинга существующих предпринимательских концепций с целью стратегического прогнозирования и предоставления государственных заказов на услуги и продукцию, предназначенную для удовлетворения социально-экономических потребностей населения.

В условиях санкционных ограничений в рыночном пространстве страны государственное предпринимательство служит одной из важнейших и приоритетных форм деятельности государства. Также в этот период ограничений возникает острая необходимость в появлении и применении качественно новых инновационных методов при организации предпринимательской деятельности, которые позволят в процессе реализации национальных проектов обеспечить эффективное использование финансовых, экономических, человеческих и прочих ресурсов.

В РФ развиваются различные организационно-правовые формы предпринимательства:

- по функциям – на разных уровнях финансового и социально-экономического управления;
- по сферам деятельности – производство, торгово-финансовая, посредническая и пр.;
- по масштабу бизнеса – малое, среднее, крупное.

Государственное регулирование и предпринимательство в РФ характеризуется некоторыми особенностями, к которым относятся:

- низкая инвестиционная привлекательность отечественного бизнеса;
- недостаточно развитая конкуренция;
- отсутствие долгосрочных планов поддержки бизнеса в различных сферах деятельности;
- создание сетевого предпринимательства и системы государственно-частного партнерства;
- отсутствие стандартных методов и форм управления предпринимательской средой.

Становление инновационных процессов в отечественной экономике имеет тенденцию, характеризующуюся все большей концентрацией внимания на вопросах эффективности их реализации субъектами хозяйствования.

В настоящее время в стране уделяется значительное внимание проблеме отсутствия концепции формирования государственного предпринимательства как единой

взаимодополняемой системы с координированным управлением на инновационной платформе.

Государственное предпринимательство можно рассматривать в рыночной экономике как интегрированную совокупность предпринимательских организаций, которая предназначена для выполнения следующего ряда функций: общеэкономической, ресурсной, инновационной и организаторской. Значительный интерес сегодня проявляется к выполнению инновационной функции, которая может быть реализована путем создания, например, региональной инновационной системы.

В Самарской области наблюдается достаточно интенсивное развитие науки и формирование региональной инновационной системы.

Этот процесс осуществляется на основе создания условий, обеспечивающих активное вовлечение в гражданский оборот объектов интеллектуальной деятельности, созданных за счет средств федерального бюджета, а также благодаря развитию системы государственной поддержки инновационных компаний на этапе старта прежде всего предприятий малого бизнеса. В регионе формируется благоприятная среда для предпринимательской деятельности. Стимулируется создание и развитие малых наукоемких предприятий, малых форм в научно-технической сфере.

В настоящее время в Самаре насчитывается примерно 800 инновационных проектов-стартапов. Из них приблизительно 200 стартапов – это проекты, которые сумели обосновать свою значимость, эффективность, инновационность и тем самым привлечь частные или государственные инвестиции.

Около 120 стартапов в течение двух лет, в 2015 и 2016 гг., получили государственную поддержку от Фонда содействия инновациям, которая позволила им получить общую прибыль в размере 2615680414 рублей, т.е. почти 2 млрд 616 млн рублей. Среднесписочная численность этих предприятий составляет примерно 500 человек, или рабочих мест.

Таким образом, эти предприятия уже реально действуют и получают прибыль от реализации своей продукции.

Следует отметить, что в 2015 году общая выручка этих стартапов составила 1214125528 рублей, а в 2016 году – 1401554886 рублей, что подтверждает прирост прибыли, равный 15%. В 2016 году от этих стартапов государством было получено более 70 миллионов рублей налогов.

Необходимо отметить, что стартапы являются не просто хозяйствующими субъектами на современном этапе, но и субъектами инновационного предпринимательства и могут быть членами производственных инновационных кластеров.

Как известно, в составе инновационной системы особое место занимают такие организационные структуры, как инновационные производственно-территориальные кластеры, которые также могут быть представлены и сформированы субъектами инновационного предпринимательства.

Кластер – это совокупность однородных предприятий в составе инновационного производственного комплекса, которые увеличивают масштабы производства и формируют тесные контакты и связи объединений и предприятий по изготовлению продукции. Именно этим кластер отличается от простой, механической совокупности предприятий в пределах региона. Основу кластера традиционно составляют предприятия, выпускающие конкретную номенклатуру специализированной продукции. Научно-исследовательские и учебные заведения также включаются в состав кластера, т.к. производству, предприятиям для развития постоянно необходимы инновации, а также совершенствование качества работы и повышение производительности труда. Таким образом, кластеры – это наиболее целесообразная и перспективная форма организации

экономики в условиях рынка. Именно кластеры должны определять и проводить промышленную политику.

Очевидно, что кластерный подход в регионе может быть реализован при условии его системного представления с учетом того, что важно не только выявить кластеры, их размеры, структуру и состав, сколько схему их взаимодействия и взаимовлияния друг на друга.

Необходима интеграция кластеров в единую систему, разработка основополагающих правил их взаимодействия, а также усиление внутриорганизационного или кластерного взаимодействия с позиции активизации инновационного предпринимательства.

Инновационный производственно-территориальный кластер, как совокупность всех кластеров в регионе, представляет собой специфическую форму территориальной самоорганизации интегрированных кластеров (или субъектов инновационного предпринимательства), создающих единые цепочки накопления добавленной стоимости в условиях особой инновационной среды. Инновационная среда характеризуется наличием прежде всего субъекта – организации, которая разрабатывает инновации, и объекта – организации, куда внедряют инновации.

Характерной особенностью кластерной организации является инновационность. Исходя из того, что основными характеристиками инноваций являются новизна, полезность, прибыль, то в управлении региональным кластером необходимо учитывать, что усиление кластерного взаимодействия и получение синергетического эффекта в большей степени обеспечивается по инновационной составляющей.

К субъектам, имеющим кластерное развитие, в полной мере относится Самарский регион, в котором в течение последних 10-15 лет осуществлялась активная деятельность по созданию на его территории кластерной экономики. Учитывая высокий уровень кластерного развития в регионе, Самарская область включена в состав Ассоциации инновационных регионов России. Также в регионе сформированы следующие кластерные структуры: нефтехимический, ИТ-кластер, агропромышленный, инновационный, фармацевтический (биотехнологии). Эти кластеры являются активно действующими.

Таким образом, на территории Самарской области созданы необходимые условия для построения новой инновационной кластерной экономики.

Прежде всего это проявилось в создании Поволжского автомобильного кластера, который функционирует и развивается. Кластер занимает первое место в России по производству легковых автомобилей – выпускает примерно 70% продаж отечественного автомобильного рынка.

Надо сказать, что государство осуществляет активную поддержку автомобильного кластера, реализуя таким образом государственное предпринимательство.

При анализе интегрированных затрат в сфере предпринимательства выяснилось, что их эффективность зависит от менеджеров на 65%, от использования инновационных технологий – на 25% и от денежных средств – на 10%. Это можно объяснить тем, что отсутствуют организационно-экономические механизмы применения современных средств по инновационному совершенствованию предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Андреев В. В. Вопросы перехода России на инновационный путь развития в условиях глобализации // Сб. научных трудов ИПР РАН. Вып. 3. – 2008.
2. Бейсенова Ж. Ж. Содержание, признаки и формы инновационного предпринимательства [Электронный ресурс] // Вестник КарГУ. – Режим доступа: <http://articlekz.com/artide/5921>.

3. Голубков Е. П. Инновационный менеджмент. Технология принятия управленческих решений : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело и Сервис, 2012. – 464 с.
4. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность. – М. : Экзамен, 2001. – 576 с.
5. Минебаева А. З., Ахметшин Э. М. Инновационные технологии как важный фактор развития современного общества // Экономические аспекты регионального развития: история и современность : матер. VI всероссийской научно-практич. конф. с междунаро. участием. – 2015. – С. 203-207.
6. Словарь инновационных терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://projects.innovbusiness.ru/content/document_r_0534fb3f-84a2-4255-9689-1167a37e18e6.html.
7. Семенов Н. Н. Диверсификация хозяйствования как фактор устойчивого развития бизнес-структур // РИСК. – 2013. – № 4. – С. 87-88.
8. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. – СПб. : Питер, 2014. – 448 с.
9. Яголковский С. Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы : монография. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 272 с.
10. Лапустина М. Г. Предпринимательство. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 11.
11. Afuah A. Business Model Innovation: Concepts, Analysis, and Cases AZW EPUB MOBI PDF. – Routledge, 2014. – 376 p.
12. Gassmann Oliver, Frankenberger Karolin, Sauer Roman. Exploring the Field of Business Model Innovation: New Theoretical Perspectives PDF. – Palgrave Macmillan, 2016. – 126 p.
13. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент. – СПб. : Питер, 2015. – 304 с.
14. Дагаев А. Рычаги инновационного роста // Проблемы теории и практики управления. – М., 2015. – № 5. – С. 55.
15. Королева А. И., Бабкин И. А. Элементы государственно-частного партнерства как механизма инновационного развития экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского гос. политехнического ун-та. Экономические науки. – 2013. – № 1. – С. 31-38.
16. Кувшинов М. С. Системный подход к оценке экономического состояния и инвестиционной привлекательности предприятий инновационной сферы // Экономический анализ. – 2014. – № 7. – С. 30.
17. Современные инновации. – 2017. – № 1, январь. – 109 с.
18. Соснин Э. А. Управление инновационными проектами. – М. : Феникс, 2013. – 208 с.
19. Стрелкова Л. В. Экономика и организация инноваций. Теория и практика / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева. – М. : Юнити-Дана, 2013. – 236 с.
20. Фасхиев Х. А. Модель управления инновационной деятельностью предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 4. – С. 11-28.

L. V. Ivanenko *

* Ivanenko Larisa Viktorovna, Doctor of Economic Sciences, Professor
Samara State Aerospace University (National Research University), Samara
ivanenko_lv@mail.ru

R.I. Kulmetyev *

* Kulmetyev Roman Igorevich, Graduate Student
Samara State Aerospace University (National Research University), Samara
Ricokulmetevr@mail.ru

ASPECTS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT AT THE PRESENT STAGE

Key words: innovative entrepreneurship, support of innovative entrepreneurship, innovative state entrepreneurship, subjects of innovative entrepreneurship, startups, innovative territorial and production clusters.

Topical issues of the development of innovative entrepreneurship at the present stage are considered. The features of state entrepreneurship, which can be viewed in the market economy as an integrated set of entrepreneurial organizations are presented. The state enterprise is realized through the state government bodies, which, in accordance with the current legislation, are empowered to manage state and municipal enterprises. It is confirmed that in the period of sanctions restrictions there is an acute need for the emergence and application of qualitatively new innovative methods in the organization of entrepreneurial activities. Enterprises and organizations of the private sector, whose activities are directly connected with innovative techniques and technologies, It is confirmed that in the period of sanctions restrictions there is an acute need for the emergence and application of qualitatively new innovative methods in the organization of entrepreneurial activities. Enterprises and organizations of the private sector, whose activities are directly connected with innovative technologies and technologies, especially need government support. It is shown that there are a number of measures to support innovative activity in the sphere of private entrepreneurship. The innovative territorial and production clusters that operate today can be represented and formed by subjects of innovative entrepreneurship.

It is noted that at the present stage startups are subjects of innovative entrepreneurship and also can be members of innovative territorial and production clusters.

© Иваненко Л. В., Кульметьев Р. И., 2018

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

УДК 640.4; 65

В. О. Зубкова*

**Зубкова Виктория Олеговна, магистрант*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

roboda1234@list.ru

Научный руководитель: д.э.н., проф. Башмачникова Е. В.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ГОСТИНИЧНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Ключевые слова: гостиничное предприятие, экономическая стратегия, финансовое состояние, индустрия гостеприимства, технологии, конкурентоспособность.

Рассмотрена сущность экономической стратегии управления гостиничным предприятием. В соответствии с уровнем принятия бизнес-решений на предприятиях индустрии гостеприимства используют разнообразные виды стратегий: коллективная стратегия (единая для всей организации), стратегия политики бизнеса, стратегии, направленные на функциональность, например: экономическая, производственная, стратегия менеджмента и т. д. Стратегия позволяет определить четкие границы, способствующие выявлению и правильной оценке изменений внешних и внутренних критериев формирования системы конкурентоспособности.

В условиях глобализации и мобильности, возрастания потребностей и ожиданий гостей, развития информационных технологий роль эффективной экономической стратегии гостиничного предприятия возрастает. В статье раскрывается понятие «экономическая стратегия гостиничного предприятия», выявляются особенности ее разработки и принятия.

В ходе исследования использовались такие методы, как сравнение, описание, обобщение. В результате исследования была выявлена роль экономической стратегии управления гостиничным предприятием, сформулированы тенденции развития гостиничного предприятия в современных условиях. Стратегия позволяет определить четкие границы, способствующие выявлению и правильной оценке изменений внешних и внутренних критериев формирования системы конкурентоспособности. Чтобы быть конкурентоспособным, гостиничному предприятию необходимо обладать определенным комплексом конкурентных преимуществ.

В статье делается вывод, что поэтапное внедрение современных технологий управления, обеспечение персонализированного сервиса позволяют гостю чувствовать себя «хозяином положения», готовым к интерактивному взаимодействию с принимающей стороной, откликающейся на пожелания и запросы самого важного ресурса предприятия на рынке услуг – его потребителя, с учетом выявленных и будущих парадоксов потребительского поведения.

Современная мировая индустрия гостеприимства как важная часть сферы услуг развивается стремительными темпами в условиях глобализации и мобильности; возрастания потребностей и ожиданий гостей в новых впечатлениях, вкусах; широких возможностей информационных технологий.

В современных условиях развития деятельность предприятий индустрии гостеприимства нуждается в реализации точного планирования их деятельности, понимания отдельных групп персонала сути поставленных перед ними задач, необходимых для

решения с целью обеспечения наилучшего и оптимального функционирования предприятий. С учетом этого целесообразно, в первую очередь, провести стратегический анализ определенных особенностей деятельности предприятий гостиничного бизнеса, а также разработать новую экономическую стратегию с учетом отличительных характеристик их использования к специфике работы предприятий, подготовить комплекс мероприятий по улучшению организационной структуры, точно сформулировать установку ориентиров в сфере планирования развития гостиничного предприятия [17].

Экономическая стратегия включает систематические действия с финансами предприятия на долговременную перспективу для достижения более обширных целевых установок, поставленных в общих или маркетинговых планах.

Экономическая стратегия строится в рамках действующей государственной экономической концепции на основе сравнительного анализа финансового состояния предприятий региона и их экономических стратегий. Стратегия экономического управления, или экономическая стратегия, вырабатывает:

а) правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей;

б) правила и приемы достижения стратегических целей, базирующиеся на возбуждении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей.

Таким образом, экономическая стратегия вырабатывает правила и приемы экономически эффективного достижения стратегических целей, однотипных по масштабам влияния на конкурентный статус фирмы. Взаимная увязка по времени и ресурсам таких локальных стратегических целей позволяет достичь глобальной цели экономической стратегии – создания и поддержания конкурентных преимуществ фирмы [5].

Конкуренция представляет собой мощный импульс, способствующий совершенствованию функционирования гостиничного предприятия, а экономическая стратегия, в свою очередь, поиск комплекса действий, направленный на развитие и закрепление конкурентных преимуществ гостиничного предприятия.

Конкурентоспособностью гостиничного предприятия является способность предоставить потребителю гостиничный продукт, имеющий более привлекательные свойства в сравнении с конкурентами; эффективная рыночная деятельность гостиничного предприятия прямо пропорциональна полученному результату и обратно пропорциональна произведенным затратам.

С учетом другой дефиниции «конкурентоспособность гостиничной организации» – это результат деятельности данного предприятия на рынке, позволяющей ему довольно благополучно развиваться в возможной перспективе и удовлетворять потребности гостей, владельцев и персонала.

Чтобы быть конкурентоспособным гостиничному предприятию необходимо обладать определенным комплексом конкурентных преимуществ, поэтому для успешной его жизнедеятельности в меняющихся рыночных условиях необходимо осуществлять работу предприятия с учетом предварительно спланированной экономической стратегии.

Экономическая стратегия является систематизированной моделью базовых операций, действий и набора определенных правил, которых необходимо придерживаться в процессе принятия управленческих решений с целью поддержания на протяжении длительного периода достигнутого результата конкурентоспособности.

Стратегия гостиничного предприятия представляет собой комплексную программу операций, нацеленных на достижение стабильной и экономически выгодной рыночной ниши отеля, а также на сохранение и повышение доли рынка организации по отношению к конкурирующим предприятиям на основе предложения уникальной ценности для потребителей гостиничных услуг [20].

Экономическая стратегия гостиничного предприятия необходима для создания определенной модели операций, нацеленной на достижение задач, поставленных предприятием.

В соответствии с уровнем принятия бизнес-решений на предприятиях индустрии гостеприимства используют такие разнообразные виды стратегий: коллективная стратегия (единая для всей организации), стратегия политики бизнеса, стратегии, направленные на функциональность, например экономическая, производственная, стратегия менеджмента и т.д. Стратегия позволяет определить четкие границы, способствующие выявлению и правильной оценке изменений внешних и внутренних критериев формирования системы конкурентоспособности.

Основанием для эффективной экономической стратегии предприятия является его конкурентное преимущество, под которым понимают сильную сторону гостиничного предприятия, позволяющую ему выделиться из числа своих конкурентов за счет особой компетенции.

Для выявления наиболее эффективной экономической стратегии гостиничного предприятия выделяют следующие направления развития гостиничного бизнеса:

- расширение области интересов гостиничной индустрии для продуктов и услуг, которые раньше предоставлялись организациями (предприятиями) других видов экономической деятельности;
- формирование демократизации гостиничного бизнеса, благоприятствующей увеличению популярности и доступности гостиничного продукта для широкой группы гостей;
- повышение специализации гостиничной индустрии, что дает возможность лучше и эффективнее ориентироваться на конкретный сегмент потребителей гостиничной услуги в связи с различными характеристиками;
- глобализация гостиничной деятельности;
- персонализация гостиничной услуги и полное акцентирование на потребностях, желаниях и запросах потребителей;
- внедрение в широких масштабах информационной базы (технологий, программ), а также коммуникаций, позволяющих провести тщательную и систематизированную экономическую диагностику;
- введение новейших технологий в бизнес-стратегию гостиничной компании, в основном использование Интернета для продвижения гостиничного продукта, услуг.

Определившись с направлением своего развития, гостиничное предприятие сможет грамотно составить стратегию для достижения необходимых конкурентных преимуществ, а также успешного и эффективного функционирования в целом [3].

В результате выявления оптимальной экономической стратегии происходит повышение конкурентоспособности гостиничной услуги, формируется позитивный имидж гостиничного предприятия среди потенциальных потребителей услуг, посредников и др. Помимо этого, решения по управлению, которые были приняты на основании маркетинговых исследований, способствуют эффективной работе гостиничного предприятия на определенном сегменте рынка. Все эти аспекты позволяют гостиничному предприятию повысить уровень своей конкурентоспособности в целом, при этом расширяя свою долю рынка и увеличивая заполняемость номерного фонда.

По нашему мнению, управлять гостиничным продуктом – это проектировать, гибко подстраивать и реализовывать экономические стратегии развития гостиничного объекта под рыночные и потребительские тренды, задействовав резервы его материальной, интеллектуальной и сервисной составляющих, взаимодействия с ключевыми потребителями, привлечения новых для обеспечения стабильной загрузки, роста конкурентоспособности.

Важной представляется необходимость подстройки гостиничного предложения под запросы целевых аудиторий, в том числе молодежной аудитории, активных людей поколений X-Z, для завоевания доверия и долговременного сотрудничества на основе современных технологий, индивидуализации сервиса. Экспертами в последние годы отмечаются изменения портрета гостя и характера потребительских предпочтений при выборе отеля.

Так, исследование компании IntercontinentalHotelsGroup (IHG), проведенное в июне 2017 г., выявило «4 парадокса, влияющих на процесс принятия потребительских решений в условиях динамичных изменений вследствие постоянного развития технологий». В такой среде клиенты не готовы на компромиссы и не хотят жертвовать одним за счет другого: они выбирают такие предложения, которые полностью бы отвечали их запросам. В этих условиях в конкурентной борьбе отелей за гостя необходимо проявление гибкости во всех аспектах обслуживания.

Процесс создания гостиничного объекта от идеи до реализации и успешного развития является примером концентрации интеллектуальных и производственных возможностей, объединения ресурсов и сотрудничества в рамках проектного взаимодействия бизнес-партнеров: проектных бюро, консалтинговых, маркетинговых, строительных, экспертных, надзорных, инвестиционных и образовательных организаций. На основе данных маркетинговых исследований, предоставленных инвестором (заказчиком), модели концепции будущего отеля и перечня планируемых услуг, проект-бюро разрабатывает базовый вариант проекта функционирования будущего гостиничного объекта. При этом решается вопрос определения типа гостиничного продукта, наличия спроса на него, потенциала рынка, понимания уровня цен и инвестиционных затрат. Практика применения новейших информационных технологий позволяет на этапе проектирования предложить варианты проектных решений, сценарии развития проекта, а также спектр оборудования и систем под основные и сопутствующие услуги [7].

Трудно переоценить значение цифровых технологий для индивидуализации сервиса, продвижения бизнеса и, в конечном счете, повышения лояльности гостей как фактора конкурентоспособности гостиницы.

1. Возможности удаленной цифровой регистрации. Широкое применение находит использование цифровых технологий, когда при бронировании заказчики указывают необходимые услуги и опции (включая пожелания к номеру) или непосредственно в режиме онлайн самостоятельно бронируют номер, выбирая из имеющегося предложения.

2. Во многих брендовых отелях находят применение SMART-технологии управления номерами: удаленное управление номерами, электронное приветствие гостей, использование QR-кодов и т.д. Так, в ряде отелей сети «Мариотт» используются интеллектуальные системы немецкой компании HDL «Умный отель» для управления гостиничными номерами, мониторинга гостиничной системы.

Контролируемые подсистемы «Умный отель» включают: контроль за замками номеров, кондиционером, освещением, музыкальным фоном, экономным водоснабжением и электричеством, занавесом и т.д. На дисплее отображается присутствие клиента, состояние всех устройств в номере, облегчая задачу настройки управления системы [10]. Мир возможностей современного обслуживания в сфере гостеприимства может быть «прописан» в смартфоне гостя после первого появления в номере или ресторане отеля. Для коммуникационных служб отеля история заказов всех услуг такого гостя доступна в любой момент. В современных отелях и ресторанах также используются технологии программируемой и ручной трансформации помещений, пространств и мебели (с управляемыми раздвижными перегородками, шторами и т.п.).

3. В качестве примеров передовых технологий производства и обслуживания в ресторанах можно отметить:

- работу ресторанов в режиме открытой кухни и завершение операций у столика гостей, использование технологий приготовления фьюжн, основанных на применении ингредиентов в нетрадиционных формах и сочетаниях, способствующих получению особых текстур, вкусовых ощущений, эмоциональных восприятий кулинарной продукции; элементов красочного оформления блюд в технике арт-визаж, дизайн-китчен и др.;

- интерактивное меню – когда потребители пользуются экраном, встроенным в стол, выбирая с его помощью блюда и передавая заказ через официанта или самостоятельно. Практикуется электронное меню в номере для возможности заказа рум-сервиса, выбора блюд, сервисов отеля. Кроме этого, расположение сенсорных дисплеев в лобби крайне актуально для гостиниц с несколькими ресторанами: воспользовавшись ими, гости могут увидеть меню всех точек питания, выбрать предприятие для посещения и заранее просчитать свой средний чек – применение официантских планшетов для ускорения обслуживания.

4. Современные IT-технологии организуют управленческую деятельность менеджмента и служб отеля, обеспечивают связь сетевого отеля с руководством в любой точке мира, международными системами бронирования и т.д.

Среди важных автоматизируемых аспектов управления развитием гостиничного предприятия можно выделить [3]:

1) управление загрузкой и размещением, статистикой доходов и расходов, оперативной работой с клиентами: для анализа условий размещения гостей в отеле и др.;

2) систему автоматизации труда работников отдела продаж, бухгалтерии;

3) систему управления программами лояльности для клиентов, которая позволяет отелю разрабатывать особые виды поощрения для постоянных клиентов, клубные и дисконтные карты, премиальные сертификаты и др.;

4) управление мероприятиями отеля. С помощью этой технологии можно планировать загрузку помещений гостиницы – ресторанов, конференц- и банкетных залов;

5) необходимый постоянный поиск и применение новшеств в коммуникациях с гостями и продвижении гостиничного продукта. Проведенными опросами отмечено, что до 60% потенциальных клиентов смотрят отзывы о посещении отелей в социальных сетях, на форумах и т.д. Любая информация, в том числе мнения о сервисе, качестве услуг, репутации конкретного отеля, становится достоянием общества.

Исключительна роль технологий продвижения сайта, возможностей e-mail Management Center для создания профиля гостей, ведения и учета индивидуальных пожеланий гостя.

Гостями приветствуется использование достаточно затратных технологий экологической ответственности («зеленых»), например, в оформлении среды обитания, номеров, при организации эксклюзивного питания на основе экопродуктов, произведенных фермерскими хозяйствами без использования химических удобрений.

Таким образом, нами рассмотрены современные тенденции и технологии в разработке экономических стратегий гостиничных предприятий для управления гостиничным продуктом. Поэтапное внедрение этих технологий, обеспечение персонализированного сервиса позволяют гостю чувствовать себя «хозяином положения», готовым к интерактивному взаимодействию с принимающей стороной, откликающейся на пожелания и запросы самого важного ресурса предприятия на рынке услуг – его потребителя, с учетом выявленных и будущих парадоксов потребительского поведения.

Список литературы

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация. – М. : Вира-Р, Альтерпрес, 2017. – 207 с.
2. Булатова Г. А. Стратегия развития предприятия гостиничного бизнеса // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2017. – № 4. – С. 16-23.
3. ВимДэгравЭотели и их секреты. Управляющие, горничные и бармены о настоящей жизни в отелях. – М. : Эксмо, 2017.
4. ГрэмВикерс Новые отели. Лучшие проекты мира. – М. : Изд-во Антона Жигульского, 2017.
5. Гаранина Е. Н. Стратегия ценообразования, минимизирующая ценовые риски гостиничного предприятия // Вестник РМАТ. – 2017. – № 2. – С. 41-45.
6. Гельманова Д. Стратегическое управление как один из самых влиятельных инструментов при принятии управленческих решений в кризисный период экономики на предприятии индустрии гостеприимства // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2015. – № 1. – С. 189-193.
7. Джон Шоул Первоклассный сервис как конкурентное преимущество. – М. : Альпина Паблицер, 2017.
8. Жилкова Ю. В. Аспекты формирования стратегии гостиничного предприятия в современных условиях / Ю. В. Жилкова, З. В. Макаренко, Л. А. Насырова // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 4 (65). – С. 3-15.
9. Козлова К. В. Стратегия диверсификации как способ повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия // Молодежь в науке : сб. науч. трудов магистров и студентов кафедры экономики и менеджмента экономического факультета ГСГУ. – Коломна, 2017. – С. 91-95.
10. Ларионова А. А., Зайцева Н. А. Влияние внешнеэкономических факторов на разработку стратегий развития предприятий индустрии гостеприимства в новых реалиях отношений России со странами Запада // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 8 (69). – С. 6-16.
11. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес. – М. : Юнити-Дана, 2016.
12. Романова В. В. Стратегия управления гостиничным бизнесом // Отраслевые особенности развития экономики регионов : матер. II всероссийской научно-практич. конф. – 2016. – С. 346-359.
13. Сустав М. А., Шуклина З. Н. Организация и управление маркетинговой деятельностью в гостиничном бизнесе // Экономика и социум. – 2016. – № 5-2 (24). – С. 677-695.
14. Сапегина К. М. Оптимизация гостиничной деятельности как следствие влияния экономического кризиса // Вестник магистратуры. – 2014. – № 2 (29). – С. 92-95.
15. Саковская В. В. Стратегия развития предприятия гостиничной индустрии // Менеджмент предпринимательской деятельности : матер. Международ. пятнадцатой научно-практич. конф. – 2017. – С. 272-275.
16. Саковская В. В. Ценовая стратегия предприятия гостиничной индустрии // Устойчивое ноосферное развитие. – 2017. – С. 100-103.
17. Саак А. Э., Якименко М. В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) : учебн. пособие. – СПб: . Питер, 2017.
18. Скараманга О. П. Фирменный стиль в гостеприимстве : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2016.
19. Ульянова В. М., Карачанская А. П. Маркетинговая стратегия и ее роль в гостиничном бизнесе // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации : сб. ст. XIII международ. научно-практич. конф. В 2 ч. – 2018. – С. 194-196.

20. Уокер Д. Р. Введение в гостеприимство : учеб. пособие / пер. с англ. В. Н. Его-
ровой. – 4-е изд. – М. : ЮНИТИ, 2016. – 711 с.

V.O. Zubkova *

* Zubkova Victoria Olegovna, Graduate Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
pobeda1234@list.ru

Scientific adviser: Doctor of Economic Sciences, Professor **Bashmachnikova E.V.**

ECONOMIC STRATEGY OF THE HOTEL ENTERPRISE MANAGEMENT

Keywords: hotel enterprise, economic strategy, financial condition, hospitality industry, technology, competitiveness.

The essence of the economic strategy of the hotel enterprise management is considered. In accordance with the level of business decision-making, hospitality enterprises use a variety of strategies: a collective strategy (uniform for the whole organization), a business policy strategy, strategies aimed at functionality, for example: economic, production, management strategy, etc. Strategy allows to define clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system. strategy of business policy, strategies aimed at functionality, for example: economic, production, management strategy, etc. The strategy allows defining clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system.

In the context of globalization and mobility, increasing needs and expectations of guests, the development of information technology, the role of an effective economic strategy of a hotel company is growing. In the article the concept "the economic strategy of a hotel enterprise" and the features of its development and acceptance are revealed.

In the course of the study, methods such as comparison, description, generalization were used. As a result of the research, the role of the economic strategy for the management of the hotel enterprise was revealed, and the development trends of the hotel enterprise in modern conditions were formulated. The strategy makes it possible to define clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system. To be competitive, a hotel company needs to have a certain set of competitive advantages.

The article concludes that the phased introduction of modern management technologies and the provision of personalized services allow guests to feel themselves the "master of the situation", and be ready for interactive interplay with the host party, responding to the wishes and requests of the most important resource of the enterprise in the market of services - its consumer, taking into account identified and future paradoxes of consumer behavior.

© Зубкова В. О., 2018

УДК 339.9

П. В. Корчагин*

*Корчагин Павел Валентинович, доктор экономических наук, профессор
Поволжского государственного университета сервиса, г. Тольятти
kaf_manager@tolgas.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РЕГИОНОВ РФ

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, регионы России, страны дальнего зарубежья, страны СНГ.

На современном этапе мировой экономики для развития страны важно приоритетное направление внешнеэкономической политики государства. Внешнеторговые взаимоотношения между странами, объем торгового оборота напрямую влияет на уровень развития экономики государства в целом, так и на сотрудничество в иных сферах и расширение влияния страны на мировой арене. От открытости сотрудничества внешнеэкономической направленности страны зависит заинтересованность иностранных инвесторов в рынке данной страны, что в свою очередь при благоприятном расположении рынка для зарубежных инвесторов зависит в целом развитие всех отраслей, что в конечном итоге усилит мощь страны на мировом рынке.

Внешняя торговля является инструментом для развития национальной экономики и имеет большое значение для неё, благодаря ей:

- устраняется отсутствие ресурсов и ограниченность внутренних рынков;*
- появляется возможность для накопления, увеличение темпов роста экономики страны, индустриализации, рациональное использование рабочей силы и ресурсов, что введет к оптимизации и эффективности производственного процесса и рабочей силы, доходов;*
- повышается уровень международной специализации и востребованности страны.*

В настоящее время внешнеторговая деятельность российских регионов играет важную роль в реализации внешнеэкономического курса Российской Федерации. В последние годы она осуществлялась в условиях сложной геополитической ситуации и принятых рядом западных стран в отношении России санкций, что оказало существенное влияние на объемы и динамику внешней торговли. Однако, как уже было сказано, существенными факторами снижения экономического роста и объемов внешней торговли являются также проблемы российской экономики, связанные с необходимостью ее структурной диверсификации и модернизации на новой технологической основе, так как данные проблемы начались еще до применения внешнеэкономических ограничений.

За последние десятилетия стали заметными различия в темпах роста и направлениях внешнеторговой деятельности России. Подобные тенденции привели к существенным сдвигам как в географической, так и в товарной структуре внешней торговли России. Географическая структура внешней торговли представляет собой систему распределения товарных потоков между отдельными странами, группами стран, формируемыми по территориальному либо по организационному признаку [5]. При рассмотрении географической структуры внешней торговли России необходимо выделить два основных направления: страны СНГ (ближнее зарубежье) и остальные (дальнее зарубежье).

Проведем сравнительный анализ внешней торговли РФ на региональном уровне со странами дальнего зарубежья и СНГ за 2014–2016 гг. (табл. 1).

Таблица 1

**Внешняя торговля РФ со странами дальнего зарубежья и СНГ
по федеральным округам за 2014–2016 гг., млн долл. [6-7]**

	2014		2015		2016		Темп изменения, %			
	экспорт	импорт	экспорт	импорт	экспорт	импорт	2016/2014		2016/2015	
							экспорт	импорт	экспорт	импорт
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Российская Федерация	497359	287063	343542	182718	285674	182268	57,44	63,49	83,16	99,75
ДЗ	433173	253776	298524	161681	247944	162725	57,24	64,12	83,06	100,65
СНГ	64186	33287	45018	21037	37730	19543	58,78	58,71	83,81	92,90
Центральный федеральный округ	255352,6	173818,1	168875,9	108797,5	137289,2	109436	53,76	62,96	81,30	100,59
ДЗ	221053,3	154218,6	147841,1	97495,4	119140,0	97950,1	53,90	63,51	80,59	100,47
СНГ	34299,3	19599,5	21034,8	11302,1	18149,2	11485,9	52,91	58,60	86,28	101,63
Северо-Западный федеральный округ	55750,3	54531	39697,7	34008,8	31855	32157,7	57,14	58,97	80,24	94,56
ДЗ	51081,8	51939,1	35933,0	32196,0	28353,8	30458,9	55,51	58,64	78,91	94,60
СНГ	4668,5	2591,9	3764,7	1812,8	3501,2	1698,8	75,00	65,54	93,00	93,71
Южный федеральный округ	20215,5	11047,6	13582,3	7479,2	12849,9	7001,5	63,56	63,38	94,61	93,61
ДЗ	17177,4	8623,7	11247,1	6075,9	10712,0	5366,4	62,36	62,23	95,24	88,32
СНГ	3038,1	2423,9	2335,2	1403,3	2137,9	1635,1	70,37	67,46	91,55	116,52
Северо-Кавказский федеральный округ	1286,4	2077,8	1108,4	1072,8	981,9	1013,1	76,33	48,76	88,59	94,44
ДЗ	797,1	1598,7	692,6	767,4	632,9	777,7	79,40	48,65	91,38	101,34
СНГ	489,3	479,1	415,8	305,4	349,0	235,4	71,33	49,13	83,93	77,08
Приволжский федеральный округ	63727,5	17640	42044	11397,9	31466,4	10321,1	49,38	58,51	74,84	90,55
ДЗ	52847,7	14508,4	33262,7	9387,3	24543,1	8843,7	46,44	60,96	73,79	94,21
СНГ	10879,8	3131,6	8781,3	2010,6	6923,3	1477,4	63,63	47,18	78,84	73,48
Уральский федеральный округ	37735,5	8684,1	27282,2	7086,5	26905	10843,4	71,30	124,86	98,62	153,01
ДЗ	31942,9	6552,1	23081,1	5342,7	23600,3	9183,1	73,88	140,16	102,25	171,88
СНГ	5792,6	2132,0	4201,1	1743,8	3304,7	1660,3	57,05	77,88	78,66	95,21
Сибирский федеральный округ	34970,4	8072,9	30221,4	6855,1	25686,4	5702,1	73,45	70,63	84,99	83,18
ДЗ	30373,1	5847,6	26006,8	4634,6	22594,0	4426,8	74,39	75,70	86,88	95,52
СНГ	4597,3	2225,3	4214,6	2220,5	3092,4	1275,3	67,27	57,31	73,37	57,43
Дальневосточный федеральный округ	28681,3	10653,1	20633,4	5882,8	18640,3	5792,2	64,99	54,37	90,34	98,46
ДЗ	28483,3	10436,2	20401,0	5702,6	18367,7	5717,8	64,49	54,79	90,03	100,27
СНГ	198,0	216,9	232,4	180,2	272,6	74,4	137,68	34,30	117,30	41,29
Крымский федеральный округ	113,9	144,3	97,4	138,3	-	-	-	-	-	-
ДЗ	92,9	139,2	59,0	79,6	-	-	-	-	-	-
СНГ	21,0	5,1	38,4	58,7	-	-	-	-	-	-

Представленные в табл. 1 значения оборота по экспорту и импорту со странами дальнего зарубежья и СНГ в разрезе федеральных округов Российской Федерации позволяют сделать следующий вывод: внешнеторговый оборот сконцентрирован на нескольких регионах, главным образом мегаполисах и сырьевых регионах.

По данным таможенной статистики в течение:

- 2014 года предприятия и организации, зарегистрированные в ЦФО, осуществляли торговлю с 225 странами мира;
- 2015 года предприятия и организации, зарегистрированные в ЦФО, осуществляли торговлю с 231 странами мира;
- 2016 года предприятия и организации, зарегистрированные в ЦФО, осуществляли торговлю с 228 странами мира.

Представленная таблица иллюстрирует, как изменяется темп роста экспорта и импорта Центрального федерального округа. В 2014 г. показатели экспорта являются больше, чем показатели импорта. При этом за последние 2 года видно, как экспорт и импорт сравнивают свои значения.

Товарооборот ЦФО со странами дальнего зарубежья за 2016 г. составил 217000,0 млн долл. США и по сравнению с 2015 (245300,0 млн долл. США) годом снизился на 12,0%. За 2014 год товарооборот ЦФО со странами дальнего зарубежья составил 375200,0 млн долл. США, по сравнению с 2015 г. снизился на 130000,0 млн долл. США, а по сравнению с 2016 годом заметно понижение на 42%. В 2016 году оборот внешней торговли со странами дальнего зарубежья в 6,6 раз превышает оборот со странами СНГ.

Экспорт в страны дальнего зарубежья за 2016 год составил 119140,0 млн долл. США, за 2015 год – 147800,0 млн долл. США, за 2014 год – 221000,0 млн долл. США. Импорт из стран дальнего зарубежья в 2016 году составил 97900,0 млн долл. США и по отношению к показателям 2014 года снизился на 36%; к показателям 2015 года увеличился на 0,5%.

Объем внешней торговли ЦФО с государствами СНГ (с учётом стран – членов ЕАЭС) за 2016 год составил 29600,0 млн долл. США, что практически в 2 раза меньше, чем оборот за 2014 год – 53900,0 млн долл. США. Импорт из СНГ в 2016 году составил 11400,0 млн долл. США и по отношению к показателям 2015 года увеличился на 1,6%; к показателям 2014 года снизился на 40%. Экспорт в государства СНГ в стоимостном выражении также снижается, а темпы изменения за 2016 г. возрастают по отношению к 2015 г. – 86%, по сравнению с 2014 г. – 59%.

Северо-Западный федеральный округ имеет уникальное географическое положение и единственный из округов непосредственно граничит со странами Европейского Союза, Северной Европы, Содружеством Независимых Государств, связан через Балтийское море с Федеративной Республикой Германия, Королевством Швеция, Королевством Дания и через морские пути с другими европейскими странами, имеет развитые экономические и культурные связи с зарубежными партнерами.

В 2016 году внешнеторговый оборот Северо-Западного федерального округа составил 64000,0 млн долл. США, что в 1,7 раза меньше объема оборота за 2014 год. Объем экспорта составил 318550,0 млн долл. США, а импорта – 32100,0 млн долл. США. Экспорт снизился на 40% относительно 2014 г. и на 20% – 2015 г.; импорт – на 40% относительно 2014 г. и на 6% – 2015 г.

Сохраняется сложившаяся ориентация внешнего рынка Северо-Западного федерального округа на страны дальнего зарубежья. Их доля в товарообороте округа составляет свыше 90%. Товарооборот Северо-Западного федерального округа со странами СНГ за 2016 год по сравнению с 2014 годом сократился на 2000,0 млн долл. США, при этом экспорт снизился на 700,0 млн долл. США, или на 25,0%, импорт снизился на 900,0 млн долл. США, или на 35%. Товарооборот Северо-Западного федерального ок-

руга со странами дальнего зарубежья по итогам 2016 года относительно 2015 года: импорт снизился на 2000,0 млн долл. США, или на 6%, а экспорт снизился на 7000,0 млн долл. США, или на 21%.

Южный федеральный округ представляет собой федеральный округ на юге России. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 28 июля 2016 года № 375 «О Южном федеральном округе» в состав федерального округа присоединились Республика Крым и город Севастополь.

Внешнеторговый оборот Южного федерального округа имеет динамику к сокращению. Относительно 2014 года оборот сократился в 2016 году почти на 12000,0 млн долл. США. В 2016 году внешнеторговый оборот увеличился на 1% по сравнению с 2015 годом.

Объем внешнеторговых экспортных операций, совершенных в округе в 2016 году, увеличился на 30% (темп изменения 2016 г. к 2014 г. составил 63,56%, а 2016 г. к 2015 г. – 94,61%). В 2016 году стоимостные объемы экспорта ЮФО оцениваются в 12800,0 млн долл. США, в том числе в страны дальнего зарубежья – 10700,0 млн долл. США (2015 г. – 11200,0 млн долл. США и 2014 г. – 17100,0 млн долл. США), в страны СНГ – 2100,0 млн долл. США (2015 г. – 2300,0 млн долл. США и 2014 г. – 2300,0 млн долл. США).

Резкое снижение импорта в 2015 году и продолжающаяся тенденция произошла за счет нестабильности курса национальной валюты. Российский рубль в этот период времени имеет больше шансов на ослабление, чем на рост, за счет чего импортные товары подорожали пропорционально валютным скачкам. Вследствие этого и общий импорт округа за 2014–2015 гг. сократился более чем на 40%. В структуре импорта со странами дальнего зарубежья в 2015 году импорт снизился на 30% относительно предыдущего года, и в 2016 году продолжил снижение еще на 15%. Со странами СНГ в 2016 г. замечен рост импортной составляющей на 16,5% по сравнению с 2015 г.

Перспективы развития регионов Северо-Кавказского федерального округа в сфере внешней торговли связаны в первую очередь с выгодным экономико-географическим положением, развитой транспортной инфраструктурой, высокой плотностью населения и т.д.

Анализ данных табл. 1 показывает, что тенденция изменения соотношения экспортных и импортных потоков в регионах СКФО в 2015 г. сменилась на противоположную по сравнению с 2014 г.: стоимостной объем экспорта превышает стоимостной объем импорта. В 2016 г. ситуация изменилась и во внешней торговле преобладает импорт.

В 2016 г. при осуществлении экспортных операций участники ВЭД СКФО отдавали предпочтение странам дальнего зарубежья, стоимостные объемы экспорта в которые оцениваются в 632,9 млн долл. США с долей в экспорте 64,64%. Соответственно, на страны СНГ пришлось 349,0 млн долл. США, или 35,36% экспорта. Темп роста экспортных операций в отчетном периоде по сравнению с предыдущим составляет 91,38% и 83,93% со странами дальнего зарубежья и странами СНГ соответственно.

Объем внешней торговли предприятий СКФО в ее импортной части в 2016 г. составил 1013,0 млн долл. США, снизившись на 59,0 млн долл. США относительно 2015 года, или на 5,56%. Из стран дальнего зарубежья импортировано товаров на 777,0 млн долл. США (увеличилось на 10,0 млн долл. США, или 1,34%), из СНГ – на 233,41 млн долл. США (снижение на 70,0 млн долл. США, или 23%).

Приволжский федеральный округ, его регионы в частности, вносят существенный вклад в экономику России. Их удельный вес в ВВП страны превышает 15%, доля в промышленном производстве равна 23,9%, в общем объеме российского экспорта доля регионов ПФО составляет 10,96%, импорта – 5,6% по результатам 2016 г.

В 2016 г. внешнеторговый оборот Приволжского федерального округа составил 41500,0 млн долл. США и по сравнению с 2014 г. уменьшился на 40000,0 млн долл.

США. При этом экспорт уменьшился на 31000,0 млн долл. США и составил 31400,0 млн долл. США, а импорт уменьшился на 7000,0 млн долл. США и равен 10300,0 млн долл. США.

Последние три года для российской внешней торговли, в том числе и для регионов ПФО, были неблагоприятными. В 2016 г. по сравнению с успешным для российской внешней торговли 2014 г. сокращение экспорта и импорта произошло в среднем на 45%.

Основными торговыми партнерами за исследуемый период были страны дальнего зарубежья. Их доля в товарообороте составляет более 80%, в том числе в экспорте – 79%, в импорте – 83%.

Товарооборот Приволжского федерального округа со странами дальнего зарубежья в 2016 г. составил 330000, млн долл. США, что по сравнению с 2015 годом меньше на 9000,0 млн долл. США. Экспорт по сравнению с 2015 годом уменьшился на 8700,0 млн долл. США (-26,4%). Импорт уменьшился на 500,0 млн долл. США (-5,8%) и составил 8840,0 млн долл. США.

Оборот внешней торговли со странами СНГ за 2016 год составил 8300,0 млн долл. США. По сравнению с 2015 годом оборот уменьшился на 2400,0 млн долл. США. Экспорт уменьшился на 1900,0 млн долл. США (-21,2%). Импорт уменьшился на 520,0 млн долл. США (-26,5%).

По данным таможенной статистики, в 2016 г. внешнеторговый оборот Уральского федерального округа составил 37700,0 млн долл. США. На страны дальнего зарубежья пришлось 86% от общего объема внешнеторгового оборота (32700,0 млн долл. США), а на страны СНГ – 14% (4900,0 млн долл. США). Импорт составил 29,0% от внешнеторгового оборота (10800,0 млн долл. США), соответственно на экспортные поставки пришлось 71,0% (26900,0 млн долл. США).

Экспорт Уральского федерального округа в 2016 г. на 20% меньше объема экспорта 2014 г. и на 2% меньше 2015 г. При этом в 2016 г. в страны дальнего зарубежья – 23600,0 млн долл. США (рост по отношению к 2015 г. на 2,25%), а в страны СНГ – 3300,0 млн долл. США (уменьшение по отношению к 2015 г. на 21%).

Импорт Уральского федерального округа в 2016 г. на 25% больше объема импорта 2014 г. и на 53% – 2015 года. Из стран дальнего зарубежья рост импортируемых товаров составляет 72% по отношению к 2015 г., и 40% – к 2014 г. Из стран СНГ стоимостное выражение импортной составляющей имеет тенденцию к снижению на протяжении исследуемого периода с 2132,0 млн долл. США в 2014 г. до 1660,0 млн долл. США в 2016 г. (снижение на 23%).

Сибирский федеральный округ (СФО) – это административно-территориальное образование в сибирской части России, объединяющее 12 субъектов РФ. Округ занимает 29,8 % территории России.

В 2016 г. внешнеторговая деятельность участников внешнеэкономической деятельности Сибирского федерального округа характеризовалась сокращением стоимостных показателей экспорта и импорта как в торговле со странами дальнего зарубежья, так и со странами СНГ. Таким образом, в течение года сохранялась тенденция снижения объема товарооборота

В 2016 г. экспорт составил 25600,0 млн долл. США и уменьшился на 15% по сравнению с 2015 г., и на 26% по сравнению с 2014 г. Импорт уменьшился на 29% относительно 2014 г., на 16% – 2015 г. и был равен 5700,0 млн долл. США.

Доля стран дальнего зарубежья в товарообороте СФО остается лидирующей и составляет 86%, доля стран СНГ – 14%. По отношению к 2015 г. товарооборот со странами дальнего зарубежья уменьшился на 10,1%, со странами СНГ – на 32,8%.

В 2016 году в таможенных органах Дальневосточного региона осуществляли внешнеэкономическую деятельность 9267 хозяйствующих субъектов, зарегистрированных на территории Российской Федерации. По сравнению с 2015 годом (8980) их количество увеличилось на 3,2%.

Учитываемый во внешней торговле товарооборот Дальневосточного региона составил 24000,0 млн долл. США. По сравнению с 2015 г. (26000,0 млн долл. США) стоимость товарооборота сократилась на 7,5%. В 2016 г. в общем объеме товарооборота на долю экспорта приходилось 76%, импорта – 24% (в 2014 г. – 73% и 27% соответственно, в 2015 г. – 78% и 22% соответственно).

Внешнеэкономические связи Дальнего Востока в силу экономико-географического положения традиционно ориентированы на страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Объемы товарооборота со странами дальнего зарубежья составляют порядка 98-99%. На страны СНГ приходится 1-1,5% объема стоимости внешнеторгового оборота.

Основными странами-контрагентами по экспорту выступают страны Дальнего Зарубежья. В 2016 г. на страны СНГ приходится 1,3% экспорта. Темпы роста экспортной составляющей со странами СНГ за 2014–2016 гг. имеют положительную тенденцию, со странами дальнего зарубежья наблюдается обратная ситуация.

В 2015 г. обороты по импорту резко снизились с 10653,1 млн долл. США до 5880,0 млн долл. США, в 2016 г. продолжили снижение до уровня 5792,0 млн долл. США. Основными партнерами по импорту также составляют страны дальнего зарубежья. В 2016 г. темпы изменения стоимостных объемов дали положительную динамику в 100,27%. На импорт из стран СНГ приходится 1% от общего объема импорта. За 2014–2016 гг. также отмечается тенденция снижения объемов с участниками из стран СНГ.

Крымский федеральный округ образован Указом президента РФ Владимира Путина 21 марта 2014 г. после вхождения Крыма в состав России. Объединил два новых субъекта РФ – Республику Крым и город федерального значения Севастополь.

В 2014 г. внешнеторговый оборот Крымского федерального округа составил 258,2 млн долл., в том числе 113,9 млн долл. по экспорту и 144,3 млн долл. по импорту. На страны дальнего зарубежья приходится 81,56% по экспорту и 96,47% по импорту, соответственно на страны СНГ – 18,44% и 3,53%. В 2015 г. внешнеторговый оборот как и в других округах имеет тенденцию снижения как по экспортным, так и по импортным операциям. Однако темп изменений по импорту со странами СНГ составляет 1150,98%.

В июле 2016 г. президент России В. Путин подписал указ об объединении Южного и Крымского федеральных округов в один – Южный федеральный округ. Следовательно, результаты внешнеторговой деятельности данного региона представлены в показателях Южного федерального округа.

В каждом регионе специфика ресурсного потенциала, уровень социального развития и инфраструктуры оказывают существенное влияние на формирование внешнеэкономических связей. Однако вопрос о степени самостоятельности регионов в осуществлении внешнеэкономической деятельности остается достаточно спорным, поскольку, развивая внешнеэкономическую деятельность отдельных регионов, остается очень важной задачей сохранения целостности экономического пространства страны. Однако проводимая в последние годы работа правительства во многом определила компетенции федерального, регионального субъектов хозяйствования в области внешнеторговой деятельности.

Вклад отдельных федеральных округов в формирование оборота внешней торговли РФ отражен на рис. 1.

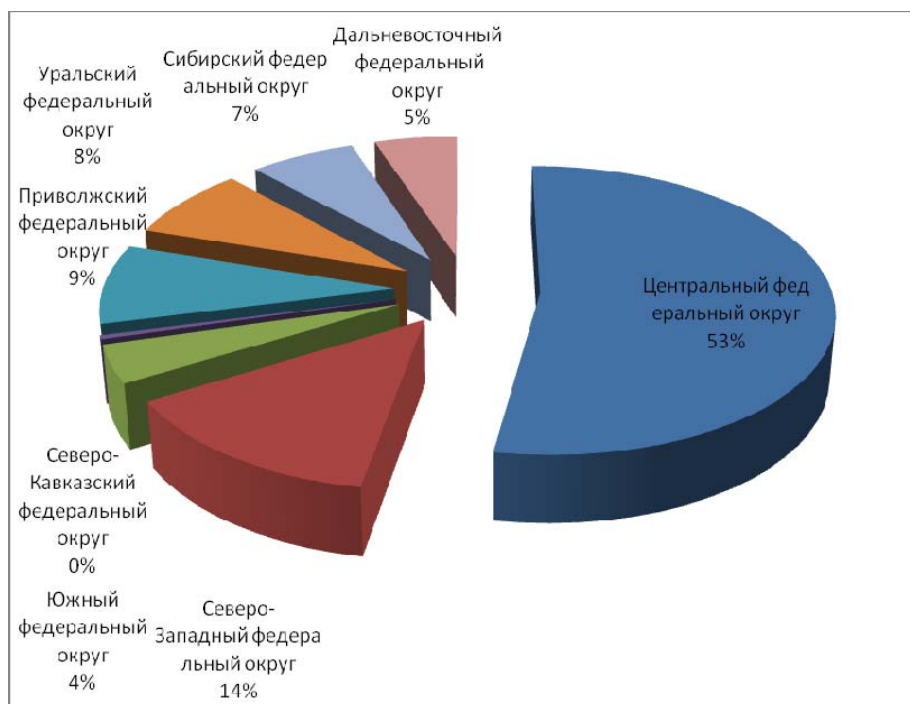


Рис. 1. Вклад регионов РФ во внешнеторговом обороте страны, 2016 г. (% от общего объема)

Анализируя данные рис. 1, следует отметить, что главную роль в формировании внешнеторгового оборота играет Центральный федеральный округ, на его долю приходится 53% от общего объема. Меньше всего оборота приходится на Северо-Кавказский округ – 0,5%.

На основании вышеизложенного отметим, что роль российских регионов в развитии внешнеторговой деятельности России в современный период в меняющихся условиях постоянно повышается.

Одним из существенных факторов снижения объемов внешней торговли России и ее регионов стали проблемы российской экономики, связанные с необходимостью ее структурной диверсификации и модернизации на новой технологической основе, так как негативные тенденции в российской экономике начались еще до введения санкций.

Анализ динамики изменения российского внешнеторгового оборота позволяет утверждать, что необходимы меры со стороны по улучшению показателей, что позволит России увеличить свой потенциал в международной торговле.

Список литературы

1. Афонин П. Н. Таможенная статистика. – М. : Интермедия. – 2013. – 160 с.
2. Вызовы для России в меняющемся мире. Мировое развитие / отв. ред. Ю. Д. Квашнин, Н. В. Тоганова, Е. В. Шумицкая. – М. : Изд-во ИМЭМО РАН, 2015. – Вып. 14. – 160 с.
3. Таможенная служба Российской Федерации [Электронный ресурс] : ежегодный сборник. – Режим доступа. – URL: <http://www.customs.ru/>.
4. Козлова Г. В. Региональные внешнеэкономические связи как атрибут региональной экономики // Социально-экономические явления и процессы. – 2016. – Т. 11. – № 1. – С. 26-32.

5. Линецкий А. Ф. Роль регионов во внешнеторговой деятельности России в условиях новых геополитических вызовов / А. Ф. Линецкий, А. Г. Тарасов, В. Е. Ковалев // Экономика региона. – 2017. – Т. 13. – Вып. 3. – С. 827-838.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
7. Официальный сайт Федеральной таможенной службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru>.
8. Растворцева С. Н. Внешнеэкономическая деятельность российских предприятий в условиях глобализации. – СПб. : Изд. центр экономического факультета СПбГУ, 2011.
9. Региональная политика. Зарубежный опыт и российские реалии / под ред. А. В. Кузнецова, О. В. Кузнецовой. – М. : Изд-во ИМЭМО РАН, 2015. – 147 с.
10. Россия и мир – 2016. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз. – М. : Изд-во ИМЭМО РАН, 2015. – 146 с.
11. Ростовский Ю. М. Внешнеэкономическая деятельность / Ю. М. Ростовский, В. Ю. Гречков. – М. : Магистр, 2010. – 591 с.
12. Рыбалкин В. Е. Международные экономические отношения : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим спец. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 647 с.
13. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
14. Штриков А. Б. Проблемы развития внешнеэкономических связей Самарского региона в связи со вступлением России во всемирную торговую организацию и пути их решения // Вестник Самарского гос. технического университета. Серия: Экономические науки. – № 2 (8). – 2013. – С. 79-85.
15. Ball Donald A. International Business: The Challenge of Global Competition / Donald A. Ball, Wendell H. McCulloch. – Chicago : Irwin, 1996.
16. Customs in the 21st century: enhancing Growth and development through trade facilitation and Border Security. electronic text data. 2008. mode of access [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wcoomd.org>. – Загл. с экрана.
17. Grainger A. Customs and trade facilitation: from concepts to implementation // World Customs Journal. – 2008. – vol. 2. – № 1.
18. Lindert Peter. International Economics / Peter Lindert, Thomas Pugel. – Chicago : Irwin, 1996.
19. Salvatore Dominick. International Economics. – Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1998.
20. World Customs Organization (WCO) 1999, International Convention on the Harmonization and Simplification of Customs Procedures (as amended) (Revised Kyoto Convention) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wcoomd.org>

P. V. Korchagin *

** Korchagin Pavel Valentinovich, Doctor of Economics, Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

PROBLEMS OF THE FOREIGN ECONOMIC RELATIONS FORMATION OF THE RUSSIAN FEDERATION REGIONS

Keywords: foreign trade activity, regions of Russia, far abroad countries, CIS countries.

At the present stage of the world economy, the priority direction of the state's foreign economic policy is important for the development of the country. Foreign trade relations between countries, the volume of trade turnover directly affects the level of development of the economy of the state as a whole, and on cooperation in other spheres and expansion of the country's influence on the world arena. The interest of foreign investors in the market of a given country depends on the openness of cooperation in the foreign economic orientation of the country, which in general the development of all branches in turn depends on the favorable location of the market for foreign investors. That ultimately strengthen the power of the country in the global market.

Foreign trade is an instrument for the development of the national economy and is of great importance for it, thanks to it:

- the lack of resources and the limitations of domestic markets are eliminated;*
- there is an opportunity for accumulation, an increase in the growth rates of the country's economy, industrialization, rational use of labor and resources, which will lead to optimization and efficiency of the production process and labor, incomes;*
- the level of international specialization and demand for the country is increasing.*

At present time, the foreign trade activity of the Russian regions plays an important role in the implementation of the Russian Federation foreign trade policy. In recent years, it was carried out under conditions of a complicated geopolitical situation and sanctions adopted by several Western countries with respect to Russia, which had a significant impact on the volumes and dynamics of foreign trade. However, as it was already said, the Russian economy's problems connected with the need for its structural diversification and modernization on a new technological basis are also significant factors for the reduction of economic growth and foreign trade volumes, since these problems began even before the application of foreign trade restrictions.

© Корчагин П. В., 2018

Микроуровень

Управление человеческими ресурсами

УДК 331.31

А. М. Чупайда*

**Чупайда Александр Михайлович, кандидат экономических наук, доцент
Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти
tchupaida@ya.ru*

Ю. Б. Варлахова*

**Варлахова Юлия Борисовна, начальник отдела
нормативно-документационного обеспечения и кадров
Тольяттинский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Тольятти
julasha1@rambler.ru*

А. Е. Бугаев*

**Бугаев Александр Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
bugaev_65@mail.ru*

**РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ:
КРАТКИЙ ОБЗОР РЕГУЛИРУЮЩИХ ДОКУМЕНТОВ
И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ**

Ключевые слова: время, труд, рабочее время, трудовые отношения, трудовое законодательство, нормирование, продолжительность рабочего времени, виды рабочего времени, неполное рабочее время, сокращенное рабочее время.

Рассматривается понятие «рабочее время», проводится анализ существующих определений рабочего времени, предлагается обобщенное определение рабочего времени. Дается описание каждой характеристики рабочего времени из предложенного определения, значение режима рабочего времени как юридической категории.

Представлен путь развития правового регулирования рабочего времени. Проведен краткий исторический обзор установления режимов рабочего времени в нашей стране. Определено начало установления нормативно-правовой основы института рабочего времени в России – Закон Российской империи от 1897 г., включающий в себя положения о продолжительности и распределении рабочего времени, о ночном времени, о выходных и праздничных днях. Особое внимание уделено анализу нормативных актов прошлого века, содержащих в себе положения о рабочем времени. Определены периоды введения понятий: недельная норма времени, сокращенное рабочее время; введения нормы рабочего времени в количестве 8 часов. Рассмотрены изменения в КЗоТ РСФСР, касающиеся рабочего времени с 1918 года, а также даны некоторые выдержки из действующего Трудового кодекса РФ, актуальные на сегодняшний день. Подробно рассмотрены изменения и дополнения в Трудовой кодекс РФ за текущий и предыдущий годы.

Раскрыты количественные и качественные характеристики рабочего времени. Даны определения времени производства, жесткого регулирования рабочего времени, гибкого регулирования рабочего времени, сокращенного рабочего режима, скользящего рабочего режима, переменного рабочего режима.

Установлено, что режим рабочего времени в организации определяется правилами внутреннего трудового распорядка, а учет рабочего времени ведется посредством оформления табеля учета рабочего времени, являющегося первичным документом для исчисления заработной платы, премий, доплат, компенсационных и стимулирующих выплат.

В статье даны ссылки на следующие нормативные документы, регулирующие вопросы рабочего времени: Трудовой кодекс РФ, Закон Российской империи от 02.06.1897 г., КЗОТ РСФСР, Конвенции и Рекомендации Международной организации труда, федеральные законы и другие источники.

Время – категория универсальная – своеобразная форма бытия различных процессов и материальных систем, а также категория объективная, независимая от сознания человека и изъявлений его воли. Во времени происходит процесс труда, являющийся целесообразной деятельностью человека по производству духовных и материальных благ, получающий свое выражение в определённой мере. Мерой труда и является рабочее время.

В трудовом праве существует отдельный институт – институт рабочего времени. Возвращаясь к начальным этапам отношений между работниками и работодателями, можно увидеть, что вопросы регулирования рабочего времени всегда были актуальны. Международная организация труда в своих конвенциях также активно затрагивает вопросы регулирования рабочего времени.

В трудовом праве категория рабочего времени является одной из основных, так как процесс труда – выполнение работником трудовых обязанностей – происходит во времени.

Определение рабочего времени, закреплённое в законодательстве на сегодняшний день, не в полной мере отражает сущность данного явления, поэтому не рассматривается как универсальное.

Некоторые авторы, изучающие вопросы рабочего времени, руководствуясь положениями статьи 91 Трудового кодекса Российской Федерации¹ (далее – ТК РФ), считают его временем, в течение которого работник в соответствии с правилами внутреннего трудового распорядка и условиями трудового договора должен исполнять трудовые обязанности.

П. М. Керженцев назвал рабочее время ценностью совершенно особого рода. «Другие ценности, – писал П. М. Керженцев, – мы можем скапливать и сберегать, время беспрерывно течёт и ежесекундно ускользает... Время неиспользованное – время, погибшее безвозвратно. Поэтому... мы должны с особой тщательностью и бережливостью к нему относиться»². А. П. Егоршин двояко рассматривает понятие рабочего времени. «Рабочее время – это продолжительность рабочего дня, в течение которого персонал обязан выполнять порученную ему работу. С другой стороны, рабочее время – это период времени, в течение которого работник выполняет не только предусмотренную деятельностью работу, но и не предусмотренную»³. Оба определения верны, они отображают позицию работодателя и работника. О. Е. Рычагова также указывает на недостаточность определения рабочего времени через категорию должностования и предлагает включать в него периоды, когда «работник должен работать, либо не должен, но работает по инициативе работодателя»⁴.

¹ Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.02.2018) Первоначальный текст документа опубликован в изданиях «Российская газета», N 256, 31.12.2001, «Парламентская газета», N 2-5, 05.01.2002, «Собрание законодательства РФ», 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 3.

² Керженцев П. М. Принципы организации. М., 1968. С. 339.

³ Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник для вузов. 4-е изд., испр. Н. Новгород : Изд-во НИМБ, 2003. 720 с.

⁴ Рычагова О. Е. Трудовое право : учеб. пособие. Новосибирск : Изд-во СибГУ, 2014. 199 с.

Разные понятия рабочего времени зависят от множества функций, присущих ему. Рассматривать рабочее время можно по-разному: как предварительно заданную нормативную продолжительность, выступающую мерой труда и вместе с тем гарантией его охраны, а также как мерило труда, определяемое работодателем.

Возвращаясь к истокам установления продолжительности рабочего времени, мы видим, что его норма – это одно из первоначальных требований международного рабочего движения, образовавшегося в начале 19 века. Законы о труде впервые были зафиксированы в середине 19 века и затрагивали рабочее время детей и женщин. Впоследствии они стали регулировать рабочее время для всего населения.

В России нормативно-правовая основа института рабочего времени была заложена в 1897 году. Ее определил Закон Российской империи от 02.06.1897 г. Он включает в себя положения о продолжительности и распределении рабочего времени на фабриках и заводах. В Законе заложено понятие рабочего времени, которое гласит, что рабочее время – это то время, в течение которого работающий должен находиться в промышленном заведении, быть в распоряжении заведующего этим заведением и исполнять работу. Одновременно Закон определяет ночное время. Это промежуток времени с 9 часов вечера до 5 часов утра. Если работа производилась в 2 смены, то таким промежутком являлось время с 10 часов вечера до 4 часов утра. Также в этом законе была определена норма рабочего времени. Так, для тех, кто работал только в дневное время, была определена норма времени не выше 11,5 часов в сутки, а в праздничные дни и в субботы – 10 часов. В полдень заканчивались работы в день накануне праздника Рождество Христово. В тех случаях, когда работа захватывала даже небольшую часть ночного времени, норма рабочих часов не могла превышать 10 часов. В Законе было установлено 14 праздничных дней, в которые работать не полагалось. Выходным днем считалось воскресенье.

В 1917 году впервые в России был введен 8-часовой рабочий день. Он был установлен Декретом Рабоче-крестьянского правительства. Также этим документом было определено понятие рабочего времени, установлена недельная норма времени, составляющая 48 часов, введено понятие сокращенного рабочего времени, которое касалось в основном работ на вредных и опасных производствах.

Следующим документом, регулирующим рабочее время, стал Кодекс законов о труде РСФСР (далее – КЗоТ РСФСР) 1918 года, который включал в себя целый раздел, состоящий из 32 статей, касающийся рабочего времени, а также времени отдыха. В статье 81 КЗоТ было определено и закреплено понятие «нормальное рабочее время», которое до настоящего времени используется трудовым законодательством.

В 1922 году КЗоТ РСФСР вынес положения о времени отдыха в отдельный раздел. Этим же документом были закреплены положения о рабочем времени для лиц от 16 до 18 лет, а также для работников, занятых на работах с вредными или опасными условиями труда. Было закреплено новое положение об установлении сокращенного рабочего времени для работников, занятых непрерывным умственным, конторским или близким к нему трудом.

Важным этапом в законодательстве о труде было Постановление СНК СССР, ЦИК СССР от 02.01.1929 года «О семичасовом рабочем дне»⁵.

Следующим документом, регулирующим рабочее время, стал КЗоТ РСФСР 1971 года⁶. В нем было отражено, что нормирование рабочего времени находится в ведении

⁵ Постановление ЦИК СССР, СНК СССР от 02.01.1929 (утв. Постановлением ЦИК СССР от 08.12.1929) «О семичасовом рабочем дне» – «Свод законов СССР». 1990. Т. 2. С. 278, «СЗ СССР». 1929. N 4. ст. 30.

⁶ Кодекс законов о труде Российской Федерации : утв. ВС РСФСР 09.12.1971 (ред. от 10.07.2001, с изм. от 24.01.2002). Первоначальный текст документа опубликован в издании «Ведомости ВС РСФСР». 1971,

государства с участием профсоюзов. КЗоТ закрепил максимальное количество часов ежедневной работы и продифференцировал их по отношению к недельной норме. Было впервые введено понятие неполного рабочего времени.

Серьезное и постоянное внимание вопросам о рабочем времени уделяет Международная организация труда в своих Конвенциях:

- в 1919 году издана Конвенция N 1 «Об ограничении рабочего времени на промышленных предприятиях до восьми часов в день и сорока восьми часов в неделю»⁷;
- в 1930 году издана Конвенция N 30 «О регламентации рабочего времени в торговле и в учреждениях»⁸;
- в 1934 году издана Конвенция N 43 «О продолжительности рабочего времени на автоматических заводах листового стекла»⁹;
- в 1935 году издана Конвенция N 47 «О сокращении рабочего времени до сорока часов в неделю»¹⁰.

Также Международная организация труда в своей Рекомендации N 116 от 1962 года «О сокращении продолжительности рабочего времени» обращает внимание государств на проведение политики по сокращению продолжительности рабочего времени.

ТК РФ на сегодняшний день регулирует рабочее время разделом четвертым, включающим 2 главы и 15 статей. Они содержат следующие определения:

- нормальное рабочее время;
- сокращенное рабочее время;
- неполное рабочее время;
- ночное рабочее время;
- гибкое рабочее время;
- ненормированное рабочее время;
- сменная работа;
- сверхурочная работа;
- суммированный учет рабочего времени;
- продолжительность ежедневной работы (смены) и работы накануне нерабочих праздничных и выходных дней;

В ТК РФ определена нормальная продолжительность рабочего времени – 40 часов в неделю (ст. 91 ТК РФ)¹¹. В статье 92 ТК РФ определены категории работников, которым устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени: дети до 18 лет; инвалиды; лица, занятые на работах с вредными или опасными условиями труда и др.

Федеральным законом от 01.07.2017 N 139-ФЗ были внесены дополнения в абзац первый статьи 94 ТК РФ по продолжительности рабочего времени лиц в возрасте до восемнадцати лет, получающих общее образование или среднее профессиональное образование и совмещающих в течение учебного года получение образования с работой. Введены ограничения продолжительности ежедневной работы (смены) для работников

N 50, ст. 1007. Текст документа (ред. от 31.03.1988) опубликован в издании «Свод законов РСФСР», т. 2, с. 123. Утратил силу с 1 февраля 2002 года (Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ).

⁷ Конвенция N 1 Международной организации труда "Об ограничении рабочего времени на промышленных предприятиях до восьми часов в день и сорока восьми часов в неделю» (заключена в г. Вашингтоне 29.10.1919 – 27.01.1920).

⁸ Конвенция N 30 Международной организации труда «О регламентации рабочего времени в торговле и в учреждениях» (заключена в г. Женеве 28.06.1930).

⁹ Конвенция N 43 Международной организации труда «О продолжительности рабочего времени на автоматических заводах листового стекла» (заключена в г. Женеве 21.06.1934).

¹⁰ Конвенция N 47 Международной организации труда «О сокращении рабочего времени до сорока часов в неделю» [рус., англ.] (заключена в г. Женеве 22.06.1935).

¹¹ Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.02.2018). Первоначальный текст документа опубликован в изданиях «Российская газета», 31.12.2001, N 256, «Парламентская газета», 05.01.2002, N 2-5, «Собрание законодательства РФ», 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 3.

в возрасте от четырнадцати до пятнадцати лет (включая лиц, получающих общее образование или среднее профессиональное образование и работающих в период каникул) – 4 часа. Ранее абзац первый данной статьи регулировал продолжительность ежедневной работы (смены) лиц в возрасте от пятнадцати до шестнадцати лет – 5 часов, в возрасте от шестнадцати до восемнадцати лет – 7 часов.

Лица, получающие общее образование или среднее профессиональное образование и совмещающие в течение учебного года получение образования с работой, могут привлекаться к работе на 2,5 часа в день, если их возраст от четырнадцати до шестнадцати лет, и на 4 часа в день (смену), если их возраст от шестнадцати до восемнадцати лет.

С 29.06.2017 года вступила в силу новая редакция Трудового кодекса РФ. Изменения внесены Федеральным законом от 18.06.2017 N 125-ФЗ. Они касаются порядка предоставления неполного рабочего времени, перерыва для отдыха, оплаты сверхурочных часов работы. Так, статья 101 ТК РФ дополнена абзацем вторым, согласно которому работнику, работающему на условиях неполного рабочего времени, ненормированный рабочий день может устанавливаться, только если соглашением сторон трудового договора установлена неполная рабочая неделя, но с полным рабочим днем (сменой). Статья 152 ТК РФ также дополнена второй частью, определяющей, что работа, произведенная сверх нормы рабочего времени в выходные и нерабочие праздничные дни и оплаченная в повышенном размере либо компенсированная предоставлением другого дня отдыха в соответствии со статьей 153 ТК РФ, не учитывается при определении продолжительности сверхурочной работы, подлежащей оплате в повышенном размере в соответствии с частью первой статьи 152 ТК РФ.

Федеральным законом от 18.06.2017 N 125-ФЗ также были внесены дополнения, касающиеся работы в режиме неполного рабочего времени. Так, измененная часть первая статьи 93 ТК РФ гласит, что работнику может устанавливаться неполное рабочее время (день/смена/неделя) с разделением рабочего дня на части. Введено дополнение, что неполное рабочее время может устанавливаться как без ограничения срока, так и на любой согласованный сторонами трудового договора срок.

Статья 93 ТК РФ дополнена частью второй, определяющей обязательства работодателя по установлению неполного рабочего времени беременным женщинам; лицам, имеющим ребенка в возрасте до четырнадцати лет; лицам, имеющим ребенка-инвалида в возрасте до восемнадцати лет; лицам, осуществляющим уход за больным членом семьи. Ранее данные обязательства содержались в первой части. Также, во второй части определено, что неполное рабочее время устанавливается на удобный для работника срок, но не более чем на период наличия обстоятельств, явившихся основанием для обязательного установления неполного рабочего времени, а режим рабочего времени и времени отдыха, включая продолжительность ежедневной работы (смены), время начала и окончания работы, время перерывов в работе, устанавливается в соответствии с пожеланиями работника с учетом условий производства (работы) у данного работодателя. После нововведений старые (вторую и третью) части принято считать частями третьей и четвертой соответственно.

Рабочее время изучается не только юридической наукой, но и другими науками: психологией, социологией, экономикой. Каждая из них изучает аспекты рабочего времени, касающиеся своей отрасли.

Рабочее время имеет количественные и качественные характеристики. Качественная – это выполнение определенных норм за некоторый промежуток времени. При этом количество произведенного труда за один и тот же промежуток может различаться. Это зависит от интенсивности труда. Количественные и качественные характеристики составляют меру труда. Подвижная величина меры труда – это нормы выработки, нормы времени, нормы обслуживания. Постоянная же величина – это само рабочее время, в

течение которого работник должен исполнять трудовые обязанности. В едином понятии меры труда сочетание этих двух величин закономерно. Определение рабочего времени происходит в перерасчете на дни, недели, месяцы и годы. Понятия «рабочий день/смена», «рабочая неделя» традиционно используются при нормировании продолжительности рабочего времени. Величина меры труда по времени, то есть экстенсивная величина характеризуется рабочим днем/сменой. А интенсивная – количеством выработанной продукции за указанный период. Мера труда выражается в его продолжительности и производительности. Мера труда установлена государством для всех работ и профессий. Она про дифференцирована и в количественном выражении и зависит от вида работ и профессий, а в качественном – от значимости, сложности и вредности труда.

Для любой организации использование рабочего времени является важнейшей составляющей производства. Это обусловлено тем, что время является одним из основных ресурсов, требуемых для производства. Его четкая структуризация и распределение на решение актуальных задач повышает эффективность производства и успешность организации.

При установлении рабочего времени надо обращать внимание на уровни регулирования. Законодатель устанавливает правовое регулирование рамок, внутри которых партнеры отраслевых тарифных соглашений могут определять продолжительность и пространственное распределение рабочего времени, в то время конкретная норма рабочего времени устанавливается в локальных нормативных актах предприятия.

При сокращении рабочего времени вследствие применения технически более интенсивных рабочих систем возрастает необходимость разъединения рабочего времени и времени производства. В этом помогает фотография рабочего времени.

Под временем производства подразумевается время от начала до конца производственной деятельности. Время производства и рабочее время не должны быть идентичны. Периоды времени, когда рабочий процесс прерывается, при этом не могут быть приняты во внимание. Относительно нормы и, соответственно, распределения каждого вида рабочего времени существует ряд жестких и гибких правил регулирования, причем краеугольный пункт для нормы и, соответственно, распределения вытекает из законодательных норм и трудовых договоров.

При жестком регулировании рабочего времени следует периодическое повторение блоков работы и блоков отдыха с одинаковой продолжительностью и нормой внутри рассматриваемого временного пространства (неделя, месяц, год). Перемещение рабочего времени, которое представляется в самой известной форме работы по сменам, является основной формой жестко установленной модели рабочего времени.

Гибкое регулирование рабочего времени выработано в последние годы. Оно характеризуется тем, что стороны трудового договора передали организацию рабочего времени коллективным договорам. Варианты гибкого рабочего времени могут согласовываться для всего предприятия, для отдельных групп наемных работников или для отдельных занятых. Они содержат в себе свободное пространство для установления различной нормы и, соответственно, распределения рабочего времени, границы которого устанавливаются в коллективном договоре или индивидуальном трудовом договоре.

При работе в сокращенном рабочем режиме речь идет о трудовых отношениях, которые предусматривают сокращенное рабочее время, если оно является действительным для занятых на основании норм тарифного соглашения. На основании разнообразных вариантов моделей работы в сокращенном рабочем режиме предоставляет предприятиям возможность занимать рабочие места с незначительным и непредвиденным объемом работы, но также и расширить само время производства и избежать при этом сверхурочной работы. В свою очередь, для занятых – это возможность адаптировать рабочее время к индивидуальным интересам, например уход за детьми.

При скользящем рабочем времени каждый работник может индивидуально определить начало и конец работы в согласованном отрезке времени и при согласовании с производственными потребностями. Жесткие минимальные отрезки рабочего времени (базовое время) расположены перед и/или после скользящих фаз. Для предприятий скользящее рабочее время предоставляет возможность не только сохранения, но и расширения продолжительности времени производства при сокращении рабочего времени.

Это, разумеется, предполагает обсуждение внутри рабочих групп при учете требований предприятия. Сотрудникам дается возможность согласования начала и конца работы в соответствии с индивидуальными потребностями (например, графика работы транспорта). Контроль точности в данном случае развивается в пользу индивидуального учета рабочего времени.

При переменном рабочем времени его норма и, соответственно, распределение не устанавливается. Например, с работником согласовываются 160 рабочих часов в месяц. В какие дни и какое время будет использоваться производительный труд, может быть установлено по-разному. При рабочем времени в условиях проектной работы, например при разработке программного проекта, работник длительное время предоставлен сам себе. При ориентированном на производственные объемы предприятия переменном рабочем времени принимается в качестве расчетного периода период времени, например, одна неделя или один месяц рабочего времени по рабочему плану предприятия. Примером служит торговля текстильными товарами или пищевыми продуктами. При выборе модели рабочего времени наряду с производственными условиями должны приниматься во внимание преимущества, которые могут вытекать из общего положения или жизненного окружения работника. Во всех случаях, естественно, необходимо учитывать законодательное регулирование.

Как уже было сказано выше, под определением «рабочее время» подразумевается промежуток дня, на протяжении которого сотрудник должен заниматься своими рабочими обязанностями. Распределение выработки и установление графика рабочего времени внутри организации осуществляется каждым предприятием отдельно. Режим рабочего времени устанавливается в Правилах внутреннего трудового распорядка, на что императивно указывает статья 189 ТК РФ. Руководство предприятия взаимодействует с профсоюзом и устанавливает этот распорядок. Также отдельным актом для установления режима рабочего времени может быть трудовой договор. Однако в нем график работы закрепляется в том случае, если он отличен от общих предписаний (ст. 100 ТК РФ). К примеру, была заключена индивидуальная договоренность о других временных рамках. Отдельные договоренности о рабочем времени между работодателем и работником являются действительными, если они не противоречат нормам вышестоящих нормативных актов.

Необходимо иметь в виду, что время, отработанное фактически, не всегда совпадает с нормой времени, которая установлена в локальном нормативном акте «Правила внутреннего трудового распорядка» либо в трудовом договоре. Работа сверх нормы рабочего времени также является рабочим временем и, помимо всех вытекающих правовых последствий, оплачивается в повышенном размере. Повышенная оплата производится в обязательном порядке, даже если работодатель привлекал работника к сверхурочной работе в нарушение законодательства.

Хочется отметить, что не последнюю роль в системе организации рабочего времени играет планирование. Многие его рассматривают как установление графика, однако данное определение включает в себя более широкое значение. На практике время не такой ресурс, которым управляют. Возможно лишь регулировать и влиять на его использование.

То есть основная цель планирования – это распределение работы каждого сотрудника в установленный срок таким образом, чтобы эффективность его труда была максимальной.

Программа для планирования рабочего времени – это перечень пошаговых задач, каждая из которых служит достижению основной цели. Сюда могут входить следующие действия:

- стремление к росту эффективности труда – может рассматриваться как в общем порядке по предприятию, так и индивидуально для каждого работника;
- осуществление контроля над работой и временных затрат на ее выполнение;
- оптимизация процессов, исключение лишних действий и неэффективных аспектов, негативно влияющих на производительность;
- анализ существующей ситуации и деятельность по улучшению планирования и используемых методов;
- установление порядка действий с назначением приоритетов, которые определяют степень важности тех или иных задач;
- разграничение между рабочим и личным временем.

Последний пункт направлен на минимизацию потерь рабочего времени на производстве.

Система планирования труда – это поэтапный процесс. Основывается он на анализе выработки и установлении тех норм, которые нужны для реализации поставленных задач. Чаще всего в этих случаях используется хронометраж. На основе полученных данных можно составить наглядную картину, сколько труда и времени требуется для выполнения определенной работы.

Очевидно, что работодатель должен организовать кадровый учет и учет времени, отработанного сотрудником фактически. Причем эта процедура должна рассматриваться работодателем не только как обязанность, но и как проведение контрольных мероприятий для проверки трудовой дисциплины.

Учет рабочего времени любая организация ведет прежде всего для того, чтобы контролировать соблюдение трудовой дисциплины.

Основные направления контроля:

- контроль за своевременным приходом на рабочее место. Такой вид контроля помогает выявить нарушителей трудовой дисциплины – лиц, опаздывающих на работу, отсутствующих на рабочем месте в начале рабочего дня;
- контроль за нахождением работников на рабочем месте в течение дня. Такой вид контроля помогает выявить сотрудников, оставляющих рабочее место без уважительной причины, и оценить соблюдение графика перерыва для отдыха и питания;
- контроль за своевременным уходом сотрудников по окончании рабочего дня. Такой вид контроля помогает определить уход с работы ранее установленного времени или задержки на работе по личной инициативе работника;
- учет времени, отработанного фактически. Такой вид учета помогает вести учет производственных простоев, больничных, отпусков и прочих моментов;
- учет отсутствия на рабочем месте без уважительных причин в течение всего рабочего дня или отсутствия на рабочем месте без уважительных причин более четырех часов подряд в течение рабочего дня.

Полученным в ходе вышеуказанных направлений результатам учета рабочего времени персонала дается оценка: определяются причины, послужившие нарушениям трудовой дисциплины. В случае обнаружения уважительных причин взыскание может не применяться. Обязательным документов в таких случаях является объяснительная.

Такая форма учета способствует контролю за оформлением табеля учета рабочего времени, являющегося первичным документом для исчисления заработной платы, премий, доплат, компенсационных и стимулирующих выплат.

Такой контроль, как правило, носит временной характер: определяется время опозданий, ранних уходов с работы, отсутствия на рабочем месте. Помимо этого, руководители проявляют интерес к учету рабочего времени сотрудников по существу, а именно: чем занимается сотрудник в рабочее время и действительно ли он исполняет возложенные на него функциональные обязанности.

Внедрить и отладить такой контроль намного сложнее. В организации должна быть введена в действие эффективная система мотивации труда. Помимо мотивации, необходимо применять особые способы контроля за работниками.

Организация контроля временного характера должна быть осуществлена на предприятии как в интересах кадровой службы, так и в интересах службы безопасности.

Решить такую непростую задачу, особенно при большом штате или наличии множества подразделений и удаленных филиалов, помогает внедрение автоматизированной системы контроля, позволяющей организовать допуск к рабочему месту.

В штате любой организации могут быть сотрудники, которые работают по особому графику. Как осуществлять контроль их рабочего времени? Здесь подход чаще всего индивидуален, но все же опирается на положения трудового договора.

С дистанционным сотрудником работодатель может заранее оговорить некоторые контрольные моменты в договоре:

- время, когда он обязан быть на связи;
- сроки выполнения работ или предоставления тех или иных данных;
- обязанность предупреждать заранее об отсутствии на рабочем месте и другие вопросы.

С работником-инвалидом, который работает на дому, также нужно предусмотреть все возможные спорные моменты в период обсуждения договора.

Работодатель не вправе навязывать сотруднику рабочее время сверх нормы установленных для него рабочих часов в неделю. Но при согласии сотрудника это можно предусмотреть в договоре с предоставлением отпуска за ненормированный рабочий день.

Подобные вопросы должны решаться в организации индивидуально, по согласованию с сотрудником и с соблюдением действующего законодательства.

В организации в обязательном порядке ведется табель учета рабочего времени – это унифицированная форма документа, которая отображает информацию о явках и пропусках работы для каждого из сотрудников. Ведется такой документ как в ручном режиме, заполнением формы Т-12, так и в электронном варианте по образцу Т-13. Составляется он обычно на тот календарный период, за который начисляется заработная плата. Составляется табель учета по следующей схеме:

- назначенный сотрудник отмечает посещаемость каждого из работников в установленный период, проставляет реквизиты документа и свою подпись;
- документ направляется руководителю отделения и подписывается им;
- после этого акт направляется в бухгалтерию, которая заполняет свою часть и рассчитывает итоговую зарплату.

Для заполнения используются буквенные или кодовые обозначения, в начале документа обычно приводится их стандартный перечень.

Срок хранения табеля учета рабочего времени в организации определяется согласно Приказу Минкультуры России от 25.08.2010 N 558 «Об утверждении Перечня типовых управленческих архивных документов, образующихся в процессе деятельности государственных органов, органов местного самоуправления и организаций, с указанием сроков хранения» и составляет 5 лет. При тяжелых, вредных и опасных услови-

ях труда – 75 лет (ст. 586 Перечня). Это обусловлено необходимостью учитывать стаж работы при начислении пенсионных и страховых выплат.

Учет рабочего времени персонала очень важен для любой организации. Он позволяет повысить трудовую дисциплину, увеличить производительность труда или эффективность работы, сократить затраты.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. Официальный текст Конституции РФ с внесенными поправками от 21.07.2014 опубликован в «Собрании законодательства РФ», 04.08.2014, N 31, ст. 4398.

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 05.02.2018). Первоначальный текст документа опубликован в изданиях «Российская газета», 31.12.2001, N 256, «Парламентская газета», 05.01.2002, N 2-5, «Собрание законодательства РФ», 07.01.2002, N 1 (ч. 1), ст. 3.

3. Кодекс законов о труде Российской Федерации (утв. ВС РСФСР 09.12.1971) (ред. от 10.07.2001, с изм. от 24.01.2002). Первоначальный текст документа опубликован в издании «Ведомости ВС РСФСР», 1971, N 50, ст. 1007. Текст документа (ред. от 31.03.1988) опубликован в издании «Свод законов РСФСР», т. 2, с. 123. Утратил силу с 1 февраля 2002 года (Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ).

4. Конвенция N 1 Международной организации труда «Об ограничении рабочего времени на промышленных предприятиях до восьми часов в день и сорока восьми часов в неделю» (заключена в г. Вашингтоне 29.10.1919 – 27.01.1920).

5. Конвенция N 30 Международной организации труда «О регламентации рабочего времени в торговле и в учреждениях» (заключена в г. Женеве 28.06.1930).

6. Конвенция N 43 Международной организации труда «О продолжительности рабочего времени на автоматических заводах листового стекла» (заключена в г. Женеве 21.06.1934).

7. Конвенция N 47 Международной организации труда «О сокращении рабочего времени до сорока часов в неделю» [рус., англ.] (заключена в г. Женеве 22.06.1935).

8. Постановление ЦИК СССР, СНК СССР от 02.01.1929 (утв. Постановлением ЦИК СССР от 08.12.1929) «О семичасовом рабочем дне» – «Свод законов СССР», 1990, т. 2, с. 278. «СЗ СССР», 1929, N 4, ст. 30.

9. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов. Методические рекомендации по внедрению ГОСТ Р 6.30-2003 (утв. Росархивом).

10. ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов : утв. Приказом Росстандарта от 08.12.2016 N 2004-ст. Документ опубликован не был. Начало действия документа – 01.07.2018.

11. Актуальные проблемы трудового законодательства в условиях модернизации экономики : монография [Электронный ресурс] / отв. ред. Ю. П. Орловский. – <https://publications.hse.ru/books/55613441>. – М. : Юстицинформ, 2012. – 240 с.

12. Алиев И.М. Экономика труда: теория и практика : учебник для бакалавров по экономике и другим специальностям, а также для слушателей курсов повышения квалификации / И. М. Алиев, Н. А. Горелов, Л. О. Ильина ; С.-Петербург. гос. экон. ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2014. – 670 с.

13. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами : учебник по программе «Мастер делового администрирования» : пер. с англ. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – 846 с.

14. Бевзюк Е. А. Регламентация и нормирование труда : учеб. пособие / Е. А. Бевзюк, С. В. Попов. – М. : Дашков и К, 2015. – 212 с.
15. Бухалков М. И. Организация и нормирование труда : учеб. пособие. – М. : ИЦ РИОР, 2013. – 137 с.
16. Гейц И. В. Нормирование труда и регламентация рабочего времени. – М. : ДиС, 2012. – 336 с.
17. Головина С. Ю. Конституционные принципы и права в сфере труда и их конкретизация в трудовом законодательстве России // Рос. юрид. журн. – 2015. – № 1 (100). – С. 132-145.
18. Гупалов В. К. Управление рабочим временем. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 430 с.
19. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник для вузов. – 4-е изд., испр. – Н.Новгород : Изд-во НИМБ, 2003. – 720 с.
20. Ивановская Л. В. Управление персоналом: Теория и практика. Организация, нормирование и регламентация труда персонала : учебно-практич. пособие. – М. : Проспект, 2013. – 64 с.
21. Керженцев П. М. Принципы организации. – М., 1968. – С. 339.
22. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом : учебник. – 2-е изд., перераб. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 256 с.
23. Мироненко Е. С. Правила внутреннего трудового распорядка как локальный нормативный правовой акт // Вопр. территор. развития. – 2014. – № 6. – С. 4.
24. Рычагова О. Е. Трудовое право : учеб. пособие. – Новосибирск : Изд-во Си-БИУ, 2014. – 199 с.
25. Трудовое право. Энциклопедический словарь / А. А. Абрамова, Н. Г. Александров, В. С. Андреев и др. – 2-е изд. – М. : Сов. энцикл., 1963. – 576 с.

A. M. Chupaida *

** Chupaida Alexander Mikhailovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Togliatti State University, Togliatti
tchupaida@ya.ru*

Y. B. Varlakhova *

** Varlakhova Julia Borisovna, Head of the Department of Normative and Documentation
Support and Personnel
Togliatti branch of The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration under the President of the Russian Federation, Togliatti
julasha1@rambler.ru*

A.E. Bugaev *

** Bugaev Alexander Evgenievich, Candidate of EconomicS, Associate Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
bugaev_65@mail.ru*

WORKING TIME: BRIEF REVIEW OF REGULATORY DOCUMENTS AND ACTUAL PROBLEMS OF ITS ORGANIZATION

Keywords: time, labor, working time, labor relations, labor legislation, rationing, working hours, types of working time, part-time, reduced working hours.

The concept of "working time" is considered, an analysis of existing definitions of working time is conducted, its general definition is proposed. A description is given of each characteristic of working time from the proposed definition, the meaning of the working time regime as a legal category.

The way of development of legal regulation of working time is presented. A brief historical review of the establishment of working time regimes in our country is given. The beginning of the establishment of the regulatory and legal framework of the institute of working time in Russia - the Law of the Russian Empire of 1897, which includes provisions on the duration and distribution of working time, on night time, on weekends and holidays, is determined. Particular attention is paid to the analysis of normative acts of the last century, which contain provisions on working time. The periods of introduction of concepts are defined: weekly norm of time, reduced working time; The introduction of the norm of working hours in the amount of 8 hours. Changes in the Labor Code of the RSFSR concerning working hours since 1918 are considered, as well as some extracts from the current Labor Code of the Russian Federation, which are relevant today. Changes and additions to the Labor Code of the Russian Federation for the current and previous years are considered in detail.

Quantitative and qualitative characteristics of working time are revealed. The definitions of production time, hard regulation of working time, flexible regulation of working hours, reduced work mode, sliding work mode, variable work mode are given.

It is established that the working time regime in the organization is determined by the rules of the internal labor schedule, and the working time is recorded through the registration of the time sheet, which is the primary document for the calculation of wages, bonuses, surcharges, compensatory and incentive payments.

The article refers to the following regulatory documents that regulate working hours: the Labor Code of the Russian Federation, the Law of the Russian Empire of 02.06.1897, the Labor Code of the RSFSR, the Conventions and Recommendations of the International Labor Organization, federal laws and other sources.

© Чупайда А. М., Варлахова Ю. Б., Бугаев А. Е., 2018

Менеджмент и маркетинг

УДК 339.138:334.012.42

Е. В. Баимачникова*

**Баимачникова Елена Валентиновна, доктор экономических наук, профессор
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_eio@tolgas.ru

Л. А. Абрамова*

**Абрамова Любовь Андреевна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

lyubov1109@yandex.ru

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: маркетинг, планирование, маркетинговое планирование, маркетинговая концепция, стратегическое планирование, оперативное планирование.

Тенденции развития отечественных организаций говорят о постоянной переориентации их на деятельность в рыночных условиях. Это требует адаптации всей структуры управления к новым факторам. В современных условиях развития деятельность организаций опирается на построение перспективных планов, которые должны учитывать особенности самой организации и факторы внешнего окружения. Здесь немаловажное значение уделяется маркетинговому планированию. Применение планирования создает такие важные преимущества, как возможность подготовки к использованию будущих благоприятных условий, улучшение координации действий в организации, увеличение возможности в обеспечении организации необходимой информацией и т.п.

Актуальность выбранной темы в условиях современной экономики заключается в необходимости маркетингового планирования как инструмента, позволяющего организации быть готовой к рыночным колебаниям, повышению конкурентоспособности, привлечению большего количества потребителей, удержанию постоянных клиентов и т.п.

Маркетинговое планирование – это процесс поиска концепции, позволяющей максимально удовлетворить потребности населения путем построения гипотез о будущих изменениях во внешней среде и целенаправленного поиска, оценки и выбора альтернатив решения проблем.

Маркетинговое планирование включает в себя анализ исходной ситуации, определение целей маркетинга, разработку, оценку и выбор альтернативных стратегических действий, конкретизацию в процессе оперативного планирования, координацию различных частей плана. Он отражает способ, которым предприятие будет достигать свои цели на рынке сбыта.

Так, любое маркетинговое планирование необходимо начинать с глубокого анализа ситуации и только потом формулировать задачи маркетинга. Данный подход отражен в рис. 1.

В первую очередь определяют стратегические цели маркетинга. Для этого конкретизируют и операционализируют задачи маркетинга. Затем составляют стратегический маркетинговый план, отражающий способ, которым организация будет достигать этих целей. Он же задает основные нормы поведения организации при

взаимодействии с другими участниками рынка. На основе стратегического маркетингового плана определяют оперативные цели маркетинга. И, уже ориентируясь на них, выбирают соответствующие маркетинговые инструменты. Наконец, оперативные маркетинговые планы позволяют реализовать стратегические цели в конкретных мероприятиях.

Любое планирование происходит по принципу снижения сложности, так как количество потенциально важной информации практически не ограничено. Основной механизм снижения сложности – отфильтровывание определенной информации и построение гипотез. По этой причине планирование – высокоизбирательный процесс. В ходе планирования формируют предположения о значимости тех или иных действий и на основе этих предположений определяют программу действий. С этой программой организация может производить однозначные действия, даже если среда сильно изменяется. Чтобы компенсировать риск выбора при планировании, проводят стратегический контроль, а именно, тщательно проверяют потенциал стратегических планов и идентифицируют возможные угрозы. Здесь планирование и контроль представлены как процессы управления, которые происходят параллельно и дополняют друг друга.

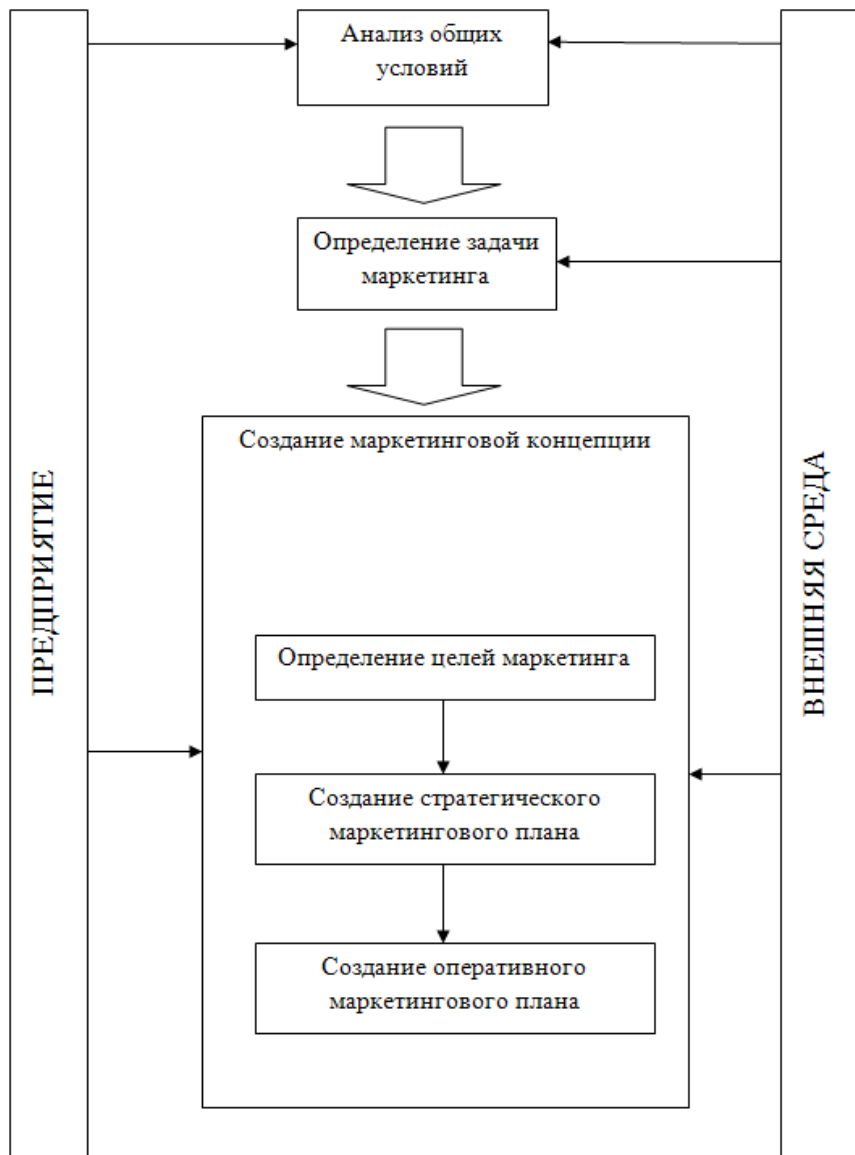


Рис. 1. Задачи маркетинга и создание маркетинговой концепции в организации

Стратегическое маркетинговое планирование предполагает решение о долгосрочном позиционировании. Дело в том, что позиционирование предполагает «обучение» клиентов, а этот процесс требует много времени. Кроме того, он протекает успешно, если не меняется по содержанию.

Маркетинговое планирование зависит от внешней, рыночной среды и, значит, его нужно адаптировать к её условиям, поскольку повлиять на эти условия организация не в состоянии, следовательно, среда детерминирует маркетинговое планирование. А его функция практически сводится к механической адаптации маркетинговой концепции к изменениям в рыночной среде. Согласно этому подходу, маркетинг реактивен, он ориентирован на существующие потребности клиентов и установленные правила конкуренции.

Здесь есть определенные ограничения – создать необходимые возможности организации можно только постепенно. Это длительный процесс, сокращать который нельзя. Возможности маркетингового планирования определяют его гибридный характер. С одной стороны, маркетинговая концепция должна быть адаптирована к рыночным и организационным факторам, которые нельзя изменить, поскольку это потребует недопустимо высоких затрат. С другой стороны, все маркетинговое планирование должно быть нацелено на изменение общих условий среды, если это возможно и целесообразно для достижения целей организации [17].

Маркетинговое планирование является одним из основных инструментов деятельности по продвижению продукции организации на рынок, позволяющей ей быть конкурентоспособной и привлекательной для потребителя.

Обобщая вышеизложенное, сформулируем полное определение маркетингового планирования в организации. Это процесс поиска концепции, позволяющей максимально удовлетворить потребности населения, путем построения гипотез о будущих изменениях во внешней среде и целенаправленного поиска, оценки и выбора альтернатив решения проблем, в целях удовлетворения спроса и получения прибыли.

Оценка состояния маркетингового планирования в организации заключается в необходимости отслеживания состояния внешней и внутренней среды организации, где главными звеньями выступают поставщики, потребители, сотрудники организации и т.п. В табл. 1 представлена последовательность маркетингового планирования в организации, разработанная на основных задачах коммерческой и маркетинговой деятельности организации.

Проанализировав данные табл. 1, можно сказать, что маркетинговое планирование начинается со сбора и анализа информации и кончается разработкой мероприятий по контролю за результатами.

При оценке состояния маркетингового планирования в организации основными источниками информации являются данные отчетности отдела маркетинга, отдела сбыта, бухгалтерской отчетности, официальные статистические данные, статьи в СМИ и др. Данная информация способствует получению полной картины дел в организации.

Так как оценка состояния маркетингового планирования является отражением результатов маркетинговой деятельности в организации, то анализу должны подвергаться результаты деятельности в контексте «стоимость-эффективность». Необходимо провести анализ всех элементов комплекса маркетинга.

Таблица 1

Этапы маркетингового планирования в организации

Этап	Содержание
<p style="text-align: center;">I Анализ коммерческой деятельности организации</p>	<p>1. Анализ внешней среды организации: - деловая и экономическая внешняя среда: состояние экономики, финансовая политика, социально-культурные условия, технологические условия, социально-экономические условия внутри компании; - рыночная среда: общее состояние рынка, развитие рынка (продукты, цена, физическое распределение), каналы распределения, коммуникации (реклама, выставки, сбытовые службы, связи с общественностью), состояние отрасли; - среда конкурентов (экономическое, финансовое, технологическое состояние, маркетинговая деятельность).</p> <p>2. Анализ финансовых результатов деятельности: - систематический контроль за выполнением планов реализации продукции и получением прибыли; - определение влияния как объективных, так субъективных факторов на финансовые результаты; - выявление резервов увеличения суммы прибыли и рентабельности; - оценка работы организации по использованию выявленных резервов.</p> <p>3. Детальный анализ маркетинговой деятельности: объем продаж, рыночная доля, прибыль, маркетинговые процедуры, организация маркетинга, контроль маркетинговой деятельности, анализ всех элементов комплекса маркетинга.</p> <p>4. Анализ системы маркетинга: цели маркетинга, стратегии маркетинга и обязанности руководителей в области маркетинга, информационная система, система планирования, система контроля, взаимодействие с другими функциями управления, анализ прибыльности, анализ по критерию «стоимость - эффективность».</p> <p>5. Анализ трудовых ресурсов организации: - анализ обеспеченности организации кадрами (по полу, по возрасту, по профессиям и по квалификации, по семейному положению и т.д.); - анализ движения рабочей силы в организации; - анализ состава и структуры персонала организации; - анализ использования рабочего времени; - анализ производительности труда. - анализ соотношения темпов роста средней заработной платы и средней производительности труда;</p> <p>6. Анализ торгово-технологического цикла организации. Проводится оценка связей между подразделениями организации.</p>
<p style="text-align: center;">II Формирование проблем и возможностей организации</p>	<p>Формирование предложений по отношению к внешним факторам организации, которые могут воздействовать на неё и в то же время являются неподконтрольными ей.</p>
<p style="text-align: center;">III Постановка целей коммерческой деятельности организации</p>	<p>Цели коммерческой деятельности: - установление хозяйственных и партнерских связей с субъектами рынка; - изучение и анализ источников закупки товаров; - согласование связи производства с потреблением товаров, ориентированных на спрос покупателей (ассортимент, объем и обновление выпускаемой продукции); - осуществление купли и продажи товаров с учетом рыночной среды; - расширение существующих и перспективное развитие целевых рынков товаров; - сокращение издержек обращения товаров.</p> <p>Четыре варианта постановки маркетинговых целей: 1) существующие продукты для существующих рынков; 2) новые продукты для существующих рынков; 3) существующие продукты для новых рынков; 4) новые продукты для новых рынков.</p> <p>Стержнем целей коммерческой деятельности должна быть специфика продукции или потребность в ней. Ее, по возможности, следует ориентировать не на группы покупателей, а на потребности, так как покупатели – категория непостоянная.</p>

Продолжение табл. 1

Этап	Содержание
IV Постановка стратегии коммерческой деятельности	Стратегии коммерческой деятельности рассматриваются в тесной взаимосвязи с маркетинговой деятельностью и охватывают четыре главных элемента комплекса маркетинга: продукт, цену, продвижение продукта и доставку продукта потребителю.
V Разработка планов по ассортименту и реализации продукции	Оценка выполнения плана по объему валовой, товарной, реализованной продукции; анализ использования возможностей организации по оптимизации объемов реализации с учетом изменения спроса и предложения на рынке, объективности установления цен.
	Анализ состава продукции и выполнения плана по ассортименту и объему реализации, оценка эффективности маркетинговой и товарной политики. Включает следующие стадии: - закупка материально-технических ресурсов и товаров; - рекламно-информационные работы; - организация продаж; - управление товарными запасами; - установление условий оплаты.
VI Разработка плана послепродажного обслуживания потребителей	Включает в себя гарантийное и техническое обслуживание. Эти стадии подразумевают создание лояльной клиентской базы организации.
VII Разработка мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации	Установление стандартов (критериев), относительно которых осуществляется измерение прогресса в реализации планов коммерческой деятельности. Измерение прогресса может осуществляться и для годового интервала времени, и в квартальном разрезе, и для каждого месяца или недели.

В данной статье авторами предложен методический инструментарий исследования состояния маркетингового планирования в организации, который позволит определить уровень развития данного вида деятельности. Аналитические показатели разработаны в соответствии с этапами маркетингового планирования в организации (табл. 2).

Таблица 2

Аналитические показатели для исследования процесса маркетингового планирования в организации

Показатель		Содержание показателя
Интегральный	Индивидуальный	
1	2	3
Коэффициент состояния анализа коммерческой деятельности организации	$KД_1$	Коэффициент выполнения оценки деловой и экономической внешней среды
	$KД_2$	Коэффициент выполнения оценки рыночной среды
		Доля фактически выполняемых работ по состоянию внешней деловой и экономической среды в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
		Доля фактически выполняемых работ по оценке состояния рыночной среды в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации

Продолжение табл. 2

1	2		3
	КД₃	Коэффициент выполнения оценки состояния среды конкурентов	Доля фактически выполняемых работ по оценке состояния среды конкурентов в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	КД₄	Коэффициент выполнения оценки детального анализа маркетинговой деятельности	Доля фактически выполняемых работ в детальном анализе маркетинговой деятельности в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	КД₅	Коэффициент выполнения анализа системы маркетинга	Доля фактически выполняемых работ по оценке состояния системы маркетинга в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	КД₆	Коэффициент выполнения анализа трудовых ресурсов организации	Доля фактически выполняемых работ по оценке трудовых ресурсов в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	КД₇	Коэффициент выполнения анализа торгово-технологического цикла в организации	Доля фактически выполняемых работ в анализе торгово-технологического цикла организации в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации.
	КД₈	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе анализа коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе анализа коммерческой деятельности, имеющих утвержденные должностные инструкции в общей численности работников, участвующих в процессе маркетингового планирования коммерческой деятельности организации
	КД₉	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе анализа коммерческой деятельности	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе анализа коммерческой деятельности, в общем количестве утвержденных положением функций, возложенных на них
	КД₁₀	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
Коэффициент состояния формирования проблем и возможностей организации	ПВ₁	Коэффициент выполнения процесса формирования проблем и возможностей организации	Доля фактически выполняемых работ по формированию проблем и возможностей организации в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	ПВ₂	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе формирования проблем и возможностей организации	Доля работников, участвующих в процессе формирования проблем и возможностей организации, имеющих утвержденные должностные инструкции в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	ПВ₃	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе формирования проблем и возможностей организации	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе формирования проблем и возможностей организации, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	ПВ₄	Коэффициент насыщенности оргтехникой	Доля работников, участвующих в процессе формирования проблем и возможностей организации, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе

1	2		3
	PB_3	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
	PB_4	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе формирования проблем и возможностей организации	Доля работников, участвующих в процессе формирования проблем и возможностей организации, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
Коэффициент состояния процесса постановки целей коммерческой деятельности организации	C_1	Коэффициент выполнения процесса постановки целей коммерческой деятельности организации	Доля фактически выполняемых работ в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	C_2	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации, имеющих утвержденные должностные инструкции, в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	C_3	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	C_4	Коэффициент насыщенности оргтехникой	Доля работников, участвующих в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
	C_5	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
	C_6	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе постановки целей коммерческой деятельности организации, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
	Коэффициент состояния процесса постановки стратегии коммерческой деятельности организации	C_1	Коэффициент выполнения процесса постановки стратегии коммерческой деятельности организации
C_2		Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации, имеющих утвержденные должностные инструкции, в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации

Продолжение табл. 2

1	2		3
	C_3	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	C_4	Коэффициент насыщенности оргтехникой	Доля работников, участвующих в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
	C_5	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
	C_6	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе постановки стратегии коммерческой деятельности организации, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе.
Коэффициент состояния процесса разработки плана и реализации продукции	PP_1	Коэффициент выполнения процесса разработки плана и реализации продукции	Доля фактически выполняемых работ в процессе разработки плана и реализации продукции в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	PP_2	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе разработки плана и реализации продукции	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана и реализации продукции, имеющих утвержденные должностные инструкции, в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	PP_3	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе разработки плана и реализации продукции	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе разработки плана и реализации продукции, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	PP_4	Коэффициент насыщенности оргтехникой	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана и реализации продукции, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
	PP_5	Коэффициент множественности подчинения	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана и реализации продукции, не имеющих двойного (тройного) подчинения, в общем числе работников, участвующих в данном процессе
	PP_6	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе разработки плана и реализации продукции	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана и реализации продукции, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
Коэффициент состояния процесса разработки плана послепродажного обслуживания потребителей	PO_1	Коэффициент выполнения процесса разработки плана послепродажного обслуживания потребителей	Доля фактически выполняемых работ в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации

1	2		3
	<i>ПО₁</i>	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей, имеющих утвержденные должностные инструкции, в общем объеме работ сотрудников, задействованных в маркетинговом планировании в организации
	<i>ПО₂</i>	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	<i>ПО₃</i>	Коэффициент насыщенности оргтехники	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
	<i>ПО₄</i>	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
	<i>ПО₅</i>	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей	Доля работников, участвующих в процессе разработки плана послепродажного обслуживания потребителей, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе
Коэффициент состояния процесса разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации	<i>МК₁</i>	Коэффициент выполнения процесса разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации	Доля фактически выполняемых работ в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации в общем объеме работ сотрудников, задействованных в данной деятельности
	<i>МК₂</i>	Коэффициент регламентации деятельности между работниками, участвующими в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации	Доля работников, участвующих в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации, имеющих утвержденные должностные инструкции, в общем объеме работ сотрудников, задействованных в данной деятельности
	<i>МК₃</i>	Коэффициент регламентации функций работников, участвующих в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации	Доля утвержденных положением функций, фактически выполняемых работниками, участвующими в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации, в общем количестве утвержденных в данной деятельности
	<i>МК₄</i>	Коэффициент насыщенности оргтехники	Доля работников, участвующих в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации, обеспеченных средствами оргтехники в соответствии с нормами, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе

Окончание табл. 2

1	2		3
	MF_1	Коэффициент применения передовых методов и технологий в данном процессе	Доля применения передовых методов и технологий в данном процессе к общему числу принимаемых решений
	MF_2	Коэффициент привлечения дополнительного программного обеспечения в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности	Доля работников, участвующих в процессе разработки мероприятий по контролю за результатами маркетингового планирования коммерческой деятельности организации, использующих дополнительное программное обеспечение, в общем количестве работников, участвующих в данном процессе.

После присвоения числовых значений каждому коэффициенту по формуле 1 рассчитывается интегральный показатель, являющийся конечной оценкой состояния процесса маркетингового планирования.

$$X_{\text{инт}} = \sqrt[i]{X_1 * \dots * X_i} \quad , \quad (1)$$

где $X_{\text{инт}}$ – интегральный показатель;

X_i – индивидуальный показатель;

i – номер показателя.

Интегральное значение полученных оценок в организации даст представление о состоянии данной деятельности в организации. Чем ближе полученное значение к 1, тем выше уровень развития данного вида деятельности.

Оценка процесса маркетингового планирования в организации по предложенной методике может осуществляться как на основе экспертных оценок, так и силами самой организации. Эта работа необходима при планировании хозяйственной деятельности, выявлении причин невыполнения плановых заданий, изыскании потенциалов развития маркетингового планирования, позволит определить слабые и сильные стороны данной деятельности и сконцентрировать все усилия на направлениях, являющихся наиболее перспективными и доходными.

Список литературы

1. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. – 392 с.
2. Борисов Н. А. Организация эффективной деятельности предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 5. – С. 23-30.
3. Вествуд Дж. Маркетинговый план. – СПб. : Питер, 2001. – 256 с.
4. Егорушкина Т. Н. Стратегический маркетинг как основа перспективного планирования предприятия торговли / Т. Н. Егорушкина, В. Н. Бабанов, К. В. Игнатова // Концепт : научно-методический электронный журнал. – 2017. – Т. 31. – С. 621-625.
5. Ефимова С. А. Маркетинговое планирование, или как с помощью плана добиться увеличения прибыли организации. – М. : Альфа-пресс, 2007. – 196 с.
6. Йеннер Т. Маркетинговое планирование : пер. с нем. – Х. : Гуманитарный центр, 2010. – 276 с.
7. Касаев Б. С. Система маркетинговых инструментов и механизмов их реализации в планировании территориального развития : монография / С. В. Карпова, Б. С. Касаев, Д. В. Климов. – М. : Вузовский уч., НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 256 с.
8. Клейнер Р. Б. От теории предприятия к теории стратегического управления // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. Т. 1. – С. 31-56.
9. Маркетинговый анализ : учеб. пособие / Н. А. Казакова. – М. : НИЦ Инфра-М, 2012. – 240 с.
10. Меленчук Ю. Т. Особенности плана маркетинга как составной системы планирования на предприятии // Экономика и современный менеджмент: теория и практи-

ка : сб. ст. по матер. XIII междунар. науч.-практ. конф. Ч. I. – Новосибирск : Изд-во СибАК, 2012.

11. Мирко Н. В. Маркетинг как основа конкуренции на рынке товаров легкой промышленности // Вопросы структуризации экономики. – 2012. – № 2. – С. 77-79.

12. Моисеева Н. К., Коньшева М. В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии : учебн. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2015. – С. 155.

13. Новикова Н. Г. Проблемы интеграции маркетинга в менеджмент организации // Известия ИГЭА. – 2005. – № 3-4. – С. 58-61.

14. Перловская Д. С. Выявление проблемных областей маркетинговой деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2017. – № 15. – С. 444-447.

15. Тюрин Д. В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести : учебник / Библиотека Российской ассоциации маркетинга. – М. : НИЦ Инфра-М, 2012. – 251 с.

16. Benkestein V., Bloch B. Strategic marketing management in high-tech industries stock-taking/Market, until, and plan. – 1994. – N 1. – P. 15-21.

17. Bolan R. S. Mapping the planning theory terrain. – American Institute of planners, 1974.

18. Doyle Peter. Marketing Management and Strategy. – Prentice Hall, 1994.

19. Dror Y. Ventures in policy sciences. – N. Y., 1971.

20. Koontz H. A preliminary statement of principles of planning and control // Journal of the Academy of management. – 1958.

21. Mintzberg H. The rise and fall of strategic planning. – N. Y. The free press, 1994.

22. Sawyer G.C. Corporate planning as a creative process. – Oxford, 1983.

E.V. Bashmachnikova*

** Bashmachnikova Elena Valentinovna, Doctor of Economic Sciences, Professor*

Volga Region State University of Service, Togliatti

kaf_eio@tolgas.ru

L. A. Abramova*

** Abramova Lyubov Andreevna, Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer Volga Region State University of Service, Togliatti*

lyubov1109@yandex.ru

METHODICAL INSTRUMENTATION OF THE INVESTIGATION OF MARKETING PLANNING PROCESS IN THE ORGANIZATION

Keywords: marketing, planning, marketing planning, marketing concept, strategic planning, operational planning.

Trends in the development of domestic organizations suggest a constant reorientation of their activities in market conditions. This requires the adaptation of the entire management structure to new factors. In modern conditions of development, the activities of organizations rely on the construction of long-term plans, which must take into account the characteristics of the organization itself and factors of the external environment. Here the marketing planning is really important. The use of planning creates such important advantages as the possibility of preparing for the use of future favorable conditions, improving coordination in the organization, increasing the ability to provide the organization with the necessary information, etc.

The relevance of the chosen topic in the modern economy is the need for marketing planning as a tool that allows an organization to be ready for market fluctuations, increase competitiveness, attract more consumers, retain regular customers, and so on.

Предприятия

УДК 574

Н. К. Муравицкая*

**Муравицкая Наталья Константиновна, кандидат экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва
famvas@yandex.ru*

А. Ю. Адушева*

**Адушева Анастасия Юрьевна, ассистент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_bu@tolgas.ru*

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УЧЕТА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: природоохранные расходы, экологические затраты, устойчивое развитие, МСФО 16, стратегия.

Рассматриваются направления совершенствования учета в концепции устойчивого развития. Особое внимание уделено практике деятельности в области устойчивого развития крупных корпораций. Отмечается, что научные сообщества направлены на формирование концепции устойчивого развития и выработку ее понятийного аппарата. По мнению российских и зарубежных специалистов, данная концепция – это модель движения вперед, сочетающая в себе три основных аспекта: экологический, экономический и социальный. Констатируется, что в учете зарубежных компаний для руководства принимается документ МФАК: Международный руководящий документ «Учет рационального природопользования». В указанном документе отмечается, что эффективность поставщиков является важной проблемой как на национальном уровне, так и в рамках международных торговых операций, которые имеют неэффективность производственно-сбытовой цепочки с совокупным влиянием на корпоративных покупателей. Сотрудничество с поставщиками в области учета экологических издержек может помочь сократить отходы и затраты, связанные с закупкой сырья, повышением производительности и увеличением экономии за счет сокращения отходов, вызванных неэффективной практикой.

Под устойчивым развитием экономического субъекта следует понимать процесс непрерывного и сбалансированного развития и взаимодействия социальной, экономической и экологической сфер экономического субъекта при сохранении ресурсного баланса и способности развиваться в условиях влияния внешних и внутренних факторов среды и риска предпринимательской деятельности.

В условиях высокой изменчивости и динамичности факторов внешней среды, высокой конкуренции на целевых рынках для предприятия становится актуальной способность быстро приспосабливаться к новой ситуации. Механизмы, базирующиеся на концепции устойчивого развития, являются одними из самых эффективных в среде управления предприятием. Выводы, сделанные в результате проведения анализа устойчивого развития организаций, дают возможность своевременно реагировать на стремительные изменения рыночных условий, снижать риски финансово-хозяйственной деятельности предприятия, обеспечить сбалансированное развитие экономического субъекта и долгосрочную конкурентоспособность. Следовательно, необходимо разработать

и применить методы и инструменты оценки финансово-хозяйственной деятельности, направленной на повышение и приумножение возможностей экономических субъектов.

Анализируя литературу в данной области, делаем вывод, что научные сообщества направлены на формирование концепции устойчивого развития и выработку ее понятийного аппарата. По мнению российских и зарубежных специалистов, данная концепция – это модель движения вперед, сочетающая в себе три основных аспекта: экологический, экономический и социальный.

Экономическая составляющая в концепции устойчивого развития основана на теории максимального потока совокупного дохода Хикса – Линдаля. Данный поток может быть произведен при выполнении условия поддержания совокупного капитала, с помощью которого и вырабатывается этот доход. Предложенная концепция подразумевает рациональное использование ограниченных ресурсов и использование экологических – природо-, энерго- и материалосберегающих технологий, включая добычу и переработку сырья. Также данная концепция предлагает создавать экологическую продукцию, минимизировать переработку и уничтожение отходов. Однако возникают некоторые проблемы правильности понимания при решении вопросов о том, какой капитал должен сохраняться, должен это быть человеческий капитал, физический или природный и в какой степени разные виды капитала могут быть взаимозаменяемы.

Социальная составляющая концепции устойчивого развития направлена на человека и ориентирована на создание стабильности социальных и культурных систем, в том числе на сокращение числа разрушительных конфликтов между людьми. Важным направлением этой составляющей является справедливое распределение благ, приумножение культурного капитала и многообразия в глобальных масштабах. Также аспектом социальной составляющей является более полное использование практики устойчивого развития, имеющейся в недоминирующих культурах.

Для достижения устойчивости развития современному обществу необходимо создать более эффективную систему принятия решений, в которой будет учитываться исторический опыт и поощряться плюрализм. Важно достижение не только внутри-, но и межпоколенной справедливости.

В рамках концепции человеческого развития человек является не объектом, а субъектом развития. Концепция устойчивого развития подразумевает, что человек должен принимать участие в процессах, которые формируют его жизнедеятельность, принимать решения, реализовывать их и контролировать исполнение.

С экологической точки зрения устойчивое развитие должно обеспечивать целостность биологических и физических природных систем. Особое значение имеет жизнеспособность экосистем, от которых зависит глобальная стабильность всей биосферы. Более того, понятие «природных» систем и ареалов можно понимать широко, включая в них искусственно созданную человеком среду, такую как, например, города. В таких системах большое внимание уделяется сохранению способностей к самовосстановлению и быстрой адаптации к изменениям, а не сохранение их в некотором «идеальном» статическом состоянии. Деградация природных ресурсов, загрязнение окружающей среды и утрата биологического разнообразия сокращают способность экологических систем к самовосстановлению [6].

Наша планета продолжает сталкиваться с многими глобальными экономическими, социальными и экологическими проблемами и неопределенностями. Чтобы помочь справиться с ними, в сентябре 2015 года многие правительства во всем мире согласились достичь 17 целей устойчивого развития (целей устойчивого развития (SDGs)). Продвигаемые Организацией Объединенных Наций, эти цели устойчивого развития (SDGs) определяют глобальные приоритеты и чаяния на 2030 год и опираются на важ-

ную и ценностно-созидательную роль деловых организаций в реализации обещаний устойчивого и инклюзивного развития [10].

Достижение целей устойчивого развития (SDGs) станет как возможностью, так и вызовом в предстоящие годы. Несколько бизнес-организаций по всему миру начали этот путь, определив и выполнив устойчивые стратегии в качестве ключевых драйверов своих видений и бизнес-моделей. Цели устойчивого развития (SDGs) предоставляют возможность для разработки бизнес-решений и технологий, и они предлагают всеобъемлющую основу для формирования, руководства, измерения и отчетности о ценности, создаваемой бизнес-целями, инициативами и производительностью.

Измерение и отчетность по этим целям позволяют бизнес-организациям вносить свой вклад в достижение целей устойчивого развития (SDGs), используя при этом целый ряд преимуществ, таких как определение будущих бизнес-возможностей и усиление взаимодействия с заинтересованными сторонами. В экономической литературе изучаются и анализируются проблемы эволюции устойчивого развития.

В течение последних 30 лет мировые лидеры, наднациональные организации и национальные правительства, а также частные и государственные организации рассматривали устойчивость в качестве краеугольного камня в своих поисках развития и долгосрочного роста.

Задачи устойчивого развития, цели и средства достижения устойчивого развития были определены в 1987 году в докладе комиссии в ООН как «развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности».

Этот доклад, также известный как «Наше общее будущее», стал результатом работы Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию (WECED), спонсором которой выступила Организация Объединенных Наций.

В последующие годы различные учреждения и международные органы предприняли дальнейшие попытки определить основные элементы устойчивого развития. В целях решения многочисленных вопросов, широко называемых областью устойчивого развития (таких, как чрезвычайные ситуации в области водоснабжения, здравоохранения, изменения климата, загрязнения окружающей среды, социальное неравенство, доступ к энергии, крайняя нищета и голод), на глобальном уровне было проведено несколько крупных мероприятий и инициатив. Например, на Всемирной встрече на высшем уровне в Йоханнесбурге в 2002 году устойчивое развитие было определено как охватывающее социальную интеграцию и экономическое развитие, а также экологические аспекты [10].

В 2012 году ООН дополнительно доработала концепцию устойчивого развития, а в 2013 году сеть решений ООН по устойчивому развитию (UNSDSN) расширила ее, включив в качестве четвертого компонента надлежащее управление. Параллельно с этим государственные, частные и неправительственные организации принимали непосредственное участие по координации усилий в области устойчивого развития. Этот процесс был закреплен в 2015 году Генеральной Ассамблеей ООН на повестке дня «Стратегия устойчивого развития – 2030», в которой установленные цели достижения устойчивого развития (17 целей и 169 задач) всех стран мира предлагается достичь к 2030 году [6, 10].

XXI век начался с ряда целей в области развития, известных как цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия (MDGs). Декларации тысячелетия (MDGs), разработанные для глобальных действий, обеспечили важную основу для развития в период 2000–2015 годов и добились успеха в ряде областей, таких как сокращение масштабов нищеты и улучшение здравоохранения и образования в развивающихся странах. Приобретая практический опыт, декларируя MDGs, ООН постано-

вила расширить цели, с тем чтобы сделать их гораздо более широкими, охватывая как развитые, так и развивающиеся страны и расширяя задачи, которые необходимо решать, охватывая широкий круг взаимосвязанных тем по всем экономическим, социальным и экологическим аспектам устойчивого развития.

Это привело к выявлению и обнаружению целей устойчивого развития (SDGs), которые были созданы в рамках инклюзивного процесса, отражающего существенный вклад всех секторов общества и всех частей мира.

Эти цели применимы как в развивающихся, так и в развитых странах. Правительства могут воплотить их в национальные планы действий, политику и инициативы, отражающие различные реальности и возможности, которыми обладают их страны. В отличие от Декларации тысячелетия (MDGs) цели устойчивого развития (SDGs) предназначены для вовлечения широкого круга организаций и формирования приоритетов и чаяний для усилий в области устойчивого развития на основе общих рамок. Самое главное, цели устойчивого развития (SDGs) признают ключевую роль, которую деловые организации могут играть в их достижении.

Попытка достичь целей устойчивого развития (SDGs) – это не просто демонстрация доброй воли правительства и общества, это также стратегия, которую все чаще проводят активные, устойчивые организации. Включение выравнивания целей устойчивого развития (SDGs) в свои стратегии и бизнес-модели может помочь компаниям генерировать новые доходы, повысить устойчивость цепочки поставок, привлечь и сохранить таланты, вызвать интерес инвесторов и обеспечить лицензию на деятельность.

Такие бизнес-организации хотят достичь тех же целей, что и любая другая компания, стимулируя рост доходов, создавая ценность и ускоряя расширение бизнеса. Однако, что очень важно, вклад в достижение целей устойчивого развития (SDGs) через инклюзивные бизнес-модели помогает этим организациям повысить свою осведомленность о многочисленных и разнородных ресурсах, которые они используют, а также о влиянии деятельности компании на заинтересованные стороны. Интеграция экологических инициатив и бизнес-цели могут быть всеобъемлющими.

Например, отличием международной практики учета от практики учета в Российской Федерации является порядок учета экологических затрат в деятельности экономических субъектов. В международной практике учета большое внимание уделяется вопросу учета природоохранных мероприятий и контролю за формированием экологических затрат. Особое внимание учету природоохранных расходов уделяют отдельные стандарты МСФО. Например, в МСФО 16 при формировании стоимости объектов основных средств надлежит предусмотреть и отразить в учете расходы на восстановление земельных участков, рекультивацию и т. д., связанные с созданием объектов основных средств [1, 2, 5]. В данном русле важными являются недавние изменения, внесенные Международной организацией по стандартизации в целях расширения учета затрат на материальный поток (МФКА), с тем чтобы включить управление цепочками поставок.

Данное нововведение связано с публикацией МФАК Международного руководящего документа «Учет рационального природопользования». В указанном документе отмечается, что эффективность поставщиков является важной проблемой как на национальном уровне, так и в рамках международных торговых операций, которые имеют неэффективность производственно-сбытовой цепочки с совокупным влиянием на корпоративных покупателей. Сотрудничество с поставщиками в области учета экологических издержек может помочь сократить отходы и затраты, связанные с закупкой сырья, повышением производительности и увеличением экономии за счет сокращения отходов, вызванных неэффективной практикой.

Поскольку бухгалтеры в бизнесе стремятся расширить свое влияние, влияние событий в этой области заслуживает рассмотрения.

Были разработаны два добровольных международных стандарта в области учета рационального природопользования для решения проблем MFCA и необходимости сокращения отходов ресурсов и денежных потерь, связанных с такими отходами.

Первый стандарт ISO 14051, опубликованный в 2011 году, установил общую основу бухгалтерского учета MFCA. Рамки были разработаны для оценки материальных потоков, включая воду и энергию, в контексте повышения экономической и экологической эффективности корпораций. Хотя ISO 14051 признает потенциальную возможность расширения MFCA с целью включения управления как в области сотрудничества в цепочке поставок, так и в цепочке поставок ниже по течению, конкретные руководящие указания по практическому внедрению в более широких условиях цепочки поставок содержатся только в более позднем стандарте ISO 14052. Оба стандарта являются практичными и могут применяться к компаниям всех форм и размеров, месторасположений и уровней сложности системы бухгалтерского учета. В отличие от многих других методов обращения с отходами (например, углеродных следов) процесс MFCA может начаться как относительно простое упражнение, которое обратится к практикам, стремящимся сэкономить деньги и помочь окружающей среде в то же время. MFCA был разработан в Германии и переработан японцами в 1990-х годах. «Учет затрат на материальный поток: значение и практический подход», Кацухико Кокубу и Хироси Тачикава объясняют, как Министерство экономики, торговли и промышленности Японии провело проект внедрения MFCA в 50 цепочек поставок в период с 2008-го по 2011 год [3]. Проект иллюстрировал, как значительные материальные отходы в операциях поставщиков часто переносятся покупателям. Путем количественной оценки потоков и запасов материалов в процессах или производственных линиях как в физических, так и в денежных единицах, в двух стандартах ИСО подчеркиваются многочисленные преимущества от расширения учета экологических затрат до настройки цепочки поставок.

Имеющиеся данные свидетельствуют о том, что при применении в цепочках поставок MFCA обладает огромным потенциалом для достижения общих экономических и экологических выгод как для поставщиков, так и для компаний-координаторов. Такие выгоды становятся возможными благодаря выявлению возможных материальных потерь, возможностей сокращения отходов и справедливому распределению финансовых выгод между сторонами. MFCA также предоставляет условия, облегчающие обмен информацией, что может помочь наладить диалог для повышения эффективности и сокращения отходов. Со временем это должно укрепить доверие между различными участниками цепочки поставок. По мере того как уровень доверия продолжает расти, необходимо создавать возможности для использования более современных инструментов экологического учета, таких как оценка жизненного цикла и стоимостная оценка жизненного цикла продукции. По мере того как потребительские настроения переходят к продуктам, которые являются как экологически чистыми, так и экономически жизнеспособными, это обеспечит конкурентное преимущество. Когда она будет создана, MFCA может обеспечить основу для построения стратегии и системы управления для решения проблемы отходов в цепочке поставок, которая включает в себя внутреннее и внешнее управление всех заинтересованных сторон. В данном аспекте необходимо разработать мероприятия на перспективу. Наконец, данные свидетельствуют о том, что выгоды от MFCA легко получить. По сравнению с другими методами экологического учета MFCA легко понять и просто применять с легкостью расширения через существующие системы учета затрат – ограничение потребности в новом и потенциально дорогостоящем программном обеспечении.

Несмотря на бесчисленные выгоды, MFCA не обходится без своих проблем, особенно когда она выходит за пределы корпоративной границы, чтобы принять в цепочке поставок с участием нескольких сторон. Как и в случае любого сотрудничества в рам-

ках производственно-сбытовой цепочки, необходимость выявления надежных, ориентированных на сотрудничество поставщиков для сотрудничества в целях обеспечения потенциальной эффективности материальных потоков, скорее всего, окажется сложной задачей. Стремление к конфиденциальности в таких вопросах, как график производства и затраты, может привести к отсутствию транспарентности, которую также трудно преодолеть, особенно в условиях более скрытых культур и в условиях глобального масштаба. Аналогичные опасения относятся и к поставщикам из стран с формирующейся экономикой, которые могут испытывать нехватку систем данных и опыта, необходимых для участия в инициативах МФЦА, предложенных более развитыми компаниями. Наконец, необходимо проявлять заботу о том, чтобы относительная сила компаний и политические переговоры в рамках решений о закупках не приводили к несправедливому распределению выгод от сокращения отходов производственно-сбытовой цепочки и не препятствовали сотрудничеству. Для того чтобы полностью реализовать свой потенциал и преодолеть эти трудности, МФСА должна руководствоваться стремлением к одновременному экономическому и экологическому улучшению, а также к взаимной выгоде для всех участников. В то время когда в некоторых странах, таких как США и Великобритания, протекционизм бросает вызов плодам глобализации, преимущества использования ISO 14052 в качестве основы для сотрудничества с зарубежными поставщиками находятся на высоком уровне. МФСА для цепочек поставок может помочь информировать компании о потенциале для принятия прямых мер по ликвидации материальной неэффективности, будь то на национальном или глобальном уровне. Она также может помочь компаниям построить свою репутацию, продемонстрировав свой вклад в достижение целей ООН в области устойчивого развития-инициативы, для которой жизненно важна роль бухгалтеров.

Многие успешные компании приняли этот подход, неуклонно наращивая свои основные позиции за счет инноваций и адаптации, одновременно стимулируя прогресс в достижении целей устойчивого развития (SDGs).

Как показывают проведенные исследования и изучение публикаций в экономической литературе, наиболее часто публикуются отчеты, раскрывающие процессы для достижения целей устойчивого развития в двух основных отраслях:

- 1) продукты питания и напитки;
- 2) энергетика.

Например, в отчетах корпорации «PepsiCo» заявлено о стратегии, направленной на управление устойчивостью через принцип «Ответственно к цели» (Performance with Purpose). На сайте корпорации «PepsiCo» указано: «Ответственность PepsiCo – обеспечивать стабильный рост компании в долгосрочной перспективе, внося при этом положительный вклад в жизнь общества и защиту окружающей среды. Этот подход мы называем «Ответственно к цели» (Performance with Purpose)» [7, 8].

В корпорации «PepsiCo» большое внимание уделяют изменением продуктового портфеля компании, предлагая более полезные продукты и напитки и обеспечивая благополучие и процветание регионов, в которых работают филиалы и подразделения. В корпорации «PepsiCo» разработан план мероприятий до 2025 года, который предполагает прилагать еще больше усилий для совершенствования продуктов, защиты планеты и поддержки людей по всему миру, чтобы внести вклад в решение глобальных проблем.

Корпорация «PepsiCo» обратила внимание к устойчивому развитию и получила импульс в 2006 году, когда компания запустила свою стратегию «Ответственно к цели» (Performance with Purpose). Стратегия «Ответственно к цели» (Performance with Purpose) – это видение корпорации «PepsiCo», чтобы обеспечить финансовые показатели высшего уровня в долгосрочной перспективе путем интеграции устойчивости в бизнес-стратегию.

Корпорация «PepsiCo» положила в основу усиление системы управления устойчивым развитием (sustainability) как основной постулат. Темы устойчивого развития интегрированы в основной бизнес, а не отделены от него. Совет директоров корпорации «PepsiCo» рассматривает вопросы устойчивого развития как неотъемлемую часть своего бизнес-надзора [7, 8, 10]. Например, как было предложено в докладе GRI за 2015 год, «Совет рассматривает вопросы устойчивости в рамках надзора за такими приоритетными областями, как распределение капитала, управление цепочками поставок, удержание талантов и портфельные инновации».

В 2015 году, после обсуждений с внешними заинтересованными сторонами, совет директоров корпорации «PepsiCo» уточнил свою роль в отношении устойчивости, внеся поправки в руководящие принципы корпоративного управления компании, чтобы добавить «устойчивость» к ключевым аспектам бизнеса корпорации «PepsiCo», над которыми совет директоров имеет надзорные обязанности. В дополнение к полному надзору совета за устойчивостью комитету по назначениям и корпоративному управлению совета директоров корпорации «PepsiCo» было поручено ежегодно рассматривать ключевые вопросы государственной политики корпорации «PepsiCo», включая ее инициативы в области устойчивости и ее участие в процессе государственной политики. Структура управления устойчивостью корпорации «PepsiCo» охватывает всю организацию и фокусируется на трех ключевых областях, успешное развитие которых зависит от практики управленческого учета и отчетности.

Изучая практику управления, учета и принятия решений в корпорации «PepsiCo», можно констатировать, что ответственность возлагается на отдельных лиц или группы лиц для определения стратегии, приоритетов деятельности, выявления пробелов и содействия принятию решений, необходимых для продвижения целей в области устойчивого развития.

Особое внимание уделено показателям отслеживания и показателям отчетности (конкретные, измеримые, привязанные к срокам цели). Там, где это уместно, показатели определяются и стандартизированы для отслеживания прогресса в сравнении с показателями по целевым компонентам. Кроме того, определены обязательства по представлению отчетности и разработаны протоколы для обеспечения соблюдения и проверки данных.

Таким образом, изучение практики учетной деятельности корпорации «PepsiCo» позволяет сделать вывод о содействии интеграции бизнеса, при которой каждый компонент имеет задачи в области устойчивого развития и разработаны системы показателей, контрольные перечни и сроки, конкретно ориентированные на измерение прогресса корпорация «PepsiCo» в отношении ее текущих целей [7, 8, 10].

Список литературы

1. Exposure Drafts and Consultation Papers A Framework for Audit Quality <https://www.ifac.org/publications-resources/framework-audit-quality>
2. Exposure Drafts and Consultation Papers <https://www.ifac.org/publications-resources/exposure-draft-proposed-revisions-code-pertaining-offering-and-accepting>
3. Extending Environmental Cost Accounting to the Supply Chain <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/performance-financial-management/discussion/extending-environmental-cost>
4. Gary Pflugrath, Audit Quality: More Than Just a Concern for Auditors, <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/audit-assurance/discussion/audit-quality-more-just-concern-auditors>

5. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements 2015, <https://www.ifac.org/publications-resources/2015-handbook-international-quality-control-auditing-review-other-assurance>
6. www.un.org/sustainabledevelopment
7. <http://www.pepsico.ru/purpose/performance-with-purpose>
8. www.pepsico.com/sustainability/Sustainability-Reporting
9. Лосев В. О понятии «устойчивое развитие» // Консультант директора. – 2008. – № 11. – С. 2-4.
10. Sustainable development goals // by C. Busco; G. Fiori; // September 1, 2017 // <http://sfmagazine.com/post-entry/september-2017-sustainable-development-goals/>

N. K. Muravitskaya*

* Muravitskaya Natalia Konstantinovna, Candidate of Economic Sciences, Professor
The Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow
famvas@yandex.ru

A. Y. Adusheva*

* Adusheva Anastasiya Yurievna, Assistant
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_bu@tolgas.ru

**DIRECTIONS OF IMPROVING ACCOUNTING IN THE CONCEPT
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Keywords: environmental costs, environmental spending, sustainable development, IAS 16, strategy.

Directions of accounting improvement in the concept of sustainable development are considered. Particular attention is paid to the practice of activities in the field of sustainable development of large corporations. It is noted that scientific communities are aimed at the formation of the concept of sustainable development and the development of its conceptual apparatus. According to Russian and foreign experts, this concept is a model of the forward movement, combining three main aspects: ecological, economic and social. It is stated that in the accounting of foreign companies for management is adopted document IFAC: International Guidance Document "Accounting for Rational Nature Management." The document notes that the effectiveness of suppliers is an important problem both at the national level and in the framework of international trade operations that have inefficiency in the value chain with a cumulative effect on corporate customers. Cooperation with suppliers in the field of environmental cost accounting can help reduce waste and costs associated with the purchase of raw materials, increase productivity and increase savings through reduced waste caused by inefficient practices.

© Муравицкая Н. К., Адушева А. Ю., 2018

УДК 336.71

И. Ю. Бубнова*

*Бубнова Инна Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_fin@tolgas.ru

АНАЛИЗ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЗАЕМЩИКА КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Ключевые слова: кредитоспособность заемщика, анализ кредитоспособности заемщика, методы анализа кредитоспособности заемщика, преимущества и недостатки методов анализа кредитоспособности физических и юридических лиц.

Одним из основных элементов экономики страны, обеспечивающим движение финансовых ресурсов и, соответственно, ее последующее развитие, является банковский сектор. Кредитование, являясь основным видом деятельности коммерческого банка, предполагает присутствие кредитного риска в результате финансовых потерь от невозврата выданных кредитов. Уровень рентабельности и прибыльности коммерческих банков одновременно снижается. В современных условиях неопределенности на финансовых рынках и кризисных явлений в экономике кредитные организации, как институциональный рычаг равновесия между сбережениями и инвестициями, вынуждены совершенствовать механизмы анализа кредитоспособности заемщиков. Анализ кредитоспособности ссудозаемщика затрагивает все этапы процесса кредитных взаимоотношений между кредитором и заемщиком. Он сопровождается подробным исследованием количественных и качественных характеристик потенциального заемщика с позиции их влияния на класс кредитоспособности, качество обеспечения кредита и степень кредитного риска. Согласно данным иностранных исследований (Абду Х., Пуантон Дж.), в настоящее время используется более двадцати подходов к составлению и реализации методик анализа кредитоспособности ссудозаемщика. Это можно объяснить тем, что кредитные учреждения стремятся, с одной стороны, к росту своих кредитных портфелей и расширению объемов кредитования, к сохранению допустимых уровней кредитных рисков, влияющих на прибыль и другие финансовые показатели банка – с другой. В связи с этим особо важное значение на современном этапе развития экономики приобретает анализ кредитоспособности заемщика, представляющего отдельный, самостоятельный блок комплексного экономического анализа и требующего особого внимания не только со стороны кредитора, но и со стороны ссудозаемщика.

Под процессом анализа кредитоспособности ссудозаемщика понимается основанный на конкретной методике алгоритм действий участников кредитного процесса, включающий формы и способы их взаимодействия, закрепленный в нормативно-правовой базе коммерческого банка и позволяющий работникам принять решение о кредитоспособности ссудозаемщика и выдаче (или отказе) кредита. В настоящее время в мире отсутствует единая стандартизованная система оценки кредитоспособности заемщика. Поэтому коммерческие банки используют разнообразные комбинации методов анализа кредитоспособности.

В качестве исходных данных для анализа кредитоспособности заемщика используется следующая информация:

- 1) предоставленная банку самим заемщиком;

- 2) имеющаяся непосредственно у банка;
- 3) содержащаяся во внешних источниках информации.

Оценка кредитоспособности заёмщика осуществляется кредитными экспертами банка на основе тщательного анализа всей информации об экономической стороне деятельности заёмщика. В процессе такого анализа целью банка является решение следующих задач:

- выяснение способности клиента своевременно и в полном объёме погасить задолженность по полученной ссуде;
- установление степени риска, который берет на себя банк, предоставляя данный кредит;
- расчёт суммы кредита, которую банк может предоставить в данных обстоятельствах;
- определение условий предоставления данного кредита заёмщику.

Для оценки кредитоспособности заёмщика с экономических и финансовых позиций необходимо сформировать соответствующий оценочный инструментарий и выбрать наиболее эффективную методику. В практике коммерческих банков разработано и действует значительное число подобных методик. Рассмотрим некоторые из них.

Исследование методов оценки кредитоспособности заемщиков в Российской Федерации позволяет выделить их основные группы, определить достоинства и недостатки. Ниже перечислены наиболее часто используемые в банковской практике методы анализа кредитоспособности заемщика.

Методы анализа кредитоспособности заемщика – физического лица.

1. Кредитный скоринг. Применяется в экспресс-кредитовании. В процессе общения сотрудника банка с клиентом задаются определенные вопросы, а ответы заносятся в базу. По результатам заполнения и проверки анкеты система сама присваивает заемщику баллы, сумма которых влияет на решение о выдаче кредита. Преимуществом является оптимизация затрат на рассмотрение заявки вследствие автоматизации процесса принятия решения и выдаче (отказе) кредита; сокращение времени на рассмотрение заявки и, как следствие, увеличение количества и скорости обрабатываемых заявок; исключение субъективного мнения эксперта при принятии решения о выдаче кредита. К недостаткам можно отнести тот момент, что оценивается не потенциальный заемщик, а только его ответы, поэтому достаточно знать, какие нужно дать ответы для принятия системой положительного решения о выдаче кредита.

2. По кредитной истории. Изучение кредитной истории заемщика, связанной с получением и возвратом кредитов. Достоинством является то, что информация, предоставленная бюро кредитных историй, является достоверной. Не подходит для заемщиков, обратившихся в банк впервые.

3. По уровню платёжеспособности. Показатели платёжеспособности рассчитываются по данным о доходе физического лица и уровня риска потери данного дохода. Преимуществом является наличие специально разработанных формул и поправочных коэффициентов, способствующих облегчению работы и дающих наглядную картину о кредитоспособности потенциального заемщика. Недостатком является то, что совокупный доход семьи кредитная организация учитывает лишь в исключительных случаях.

Следующие методы оценки кредитоспособности относятся к юридическим лицам.

4. Статистический метод (или метод оценки риска). Основная цель данных методов заключается в формировании стандартных подходов для объективной характеристики ссудозаемщика, установлении числовых критериев для разделения потенциальных заемщиков на основе представленной ими информации на надежных и ненадежных. Примером может послужить *Zeta model*, разработанная и представленная американскими экономистами в 1970-х годах. Значение основного параметра *Z* определяется

уравнением, переменные которого раскрывают характеристики анализируемого хозяйствующего субъекта: ликвидность, скорость оборота капитала. Наибольшую необходимость применения эти методы получили при прогнозировании вероятности банкротства. Достоинством является быстрота получения заключения о классе кредитоспособности ссудозаемщика в силу расчета небольшого набора финансовых показателей, представленных в финансовой и бухгалтерской отчетности. Но недостатком метода является слабая достоверность результатов анализа, поэтому в отечественной банковской практике эти методы используются редко.

5. Коэффициентный метод. Применяемые кредитными организациями для оценки кредитоспособности заемщика коэффициентные методы различны, но в большинстве случаев содержат определенную систему коэффициентов: ликвидности; оборачиваемости; финансового левериджа; рентабельности; финансовой устойчивости; обслуживания долга и ряд других. К коэффициентным методам относится разработанная в 1998 году Сберегательным банком России методика определения класса кредитоспособности клиента. Несомненным достоинством данного метода является высокая скорость получения выводов о классе кредитоспособности ссудозаемщика в силу расчета достаточно ограниченного набора финансовых показателей (обычно от 3-х до 5-ти). Но в этом методе отсутствует основной финансовый показатель, характеризующий платежеспособность, имеющий нормативное значение в соответствии с ФЗ от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Вид экономической деятельности предприятия не учитывается.

6. На основе анализа денежных потоков. Исследуются коэффициенты деятельности заемщика исходя из показателей об оборотах ликвидных средств, краткосрочных долговых обязательствах на основе сальдо денежных потоков. Ценность данного метода заключается в повышенной надежности анализа кредитоспособности заемщика, так как денежный поток определяет способность хозяйствующего субъекта покрывать расходы и погашать задолженность своими собственными денежными средствами. К минусам можно отнести трудоемкость метода, недостаток информации о денежных потоках субъекта малого предпринимательства.

7. На основе оценки делового риска, который связан с возможностью неэффективного завершения кругооборота имущества организации. Принцип непрерывности деятельности предприятия является базовым для устойчивого развития, поэтому оценка рисков при анализе кредитоспособности должна проводиться не только организацией, но и кредитным экспертом. Исследование делового риска позволяет спрогнозировать достаточность источников погашения кредита. Этот метод дополняет способы анализа кредитоспособности клиентов банка, что является большим преимуществом. К недостаткам можно отнести проблему доступности к внутренней информации ссудозаемщика при расчете внутренних рисков в деятельности предприятия.

8. Комплексный аналитический подход. К основному источнику информации при анализе потенциального заемщика относится бухгалтерская отчетность. Кроме того, кредитные эксперты могут запросить прогноз доходов и расходов, сведения о дебиторской и кредиторской задолженности. Также оцениваются показатели рентабельности организации, прибыль и убытки, показатели финансовой устойчивости. Преимуществом является получение наиболее достоверной информации о финансовом состоянии заемщика. К недостаткам метода можно отнести высокую трудоемкость проведения процедуры анализа, проблемы с получением информации при работе с субъектами малого предпринимательства.

9. Прогнозная оценка. При определении кредитоспособности ссудозаемщика кредитные организации оценивают не только текущую, но и будущую платежеспособность предприятия. Для этого используются следующие приемы:

- использование системы формализованных и неформализованных критериев;
- расчет индекса кредитоспособности;
- прогнозирование показателей платежеспособности [15; 20].

При данном методе учитываются не только данные бухгалтерского учета, финансовой отчетности, но и дополнительная информация (например, устойчиво низкие финансовые коэффициенты, ухудшение взаимоотношений с финансово-кредитными учреждениями, слабая диверсификация деятельности или разрыв ключевых контрактов и т. д.). Нужно учитывать, что любое прогнозное решение является не точным, субъективным, а рассчитанные значения показателей носят характер лишь дополнительной информации. Данные модели активно используются зарубежными банками, но в Российской Федерации их применение сильно ограничено.

На практике методика анализа кредитоспособности зачастую включает в себя несколько методов, обобщая их в авторскую методику.

Сравнивая применяемые элементы для анализа кредитоспособности заемщика за рубежом и в Российской Федерации, видно, что для оценки применяются аналогичные инструменты. В обоих случаях из инструментов формируется авторская методика оценки финансового положения заемщика. К отличиям в анализе кредитоспособности можно отнести то, что кредитные учреждения РФ не запрашивают техническую документацию у своих клиентов при анализе кредитоспособности заемщика, так же не прибегают к заключениям независимых аудиторских фирм, проводя свой анализ и составляя собственные заключения, и не руководствуются маркетинговой информацией. Перечисленные отличия позволяют сократить время для оперативного анализа кредитоспособности ссудозаемщика в случае с отечественной практикой, но отсутствие использования данных инструментов подразумевает то, что анализ должен выполняться более тщательно на основании имеющихся данных и полностью отражать все аспекты финансового положения заемщика.

Важно отметить, что в последние годы отечественные кредитные организации ориентируются в основном на андеррайтинговый принцип анализа кредитоспособности заемщика, нежели на скоринговую модель анализа. Несколько лет назад принятие решения о выдаче кредитов большинством банков основывалось только на скоринговой системе. Поэтому во время кризиса такие коммерческие банки обнаружили наибольшее количество просроченных кредитов. Скоринговая методика оказалась неэффективной. Сейчас финансово-кредитные организации анализируют кредитоспособность потенциальных заемщиков, учитывая все факторы (внешние и внутренние), влияющие на развитие бизнеса и финансовое состояние. В связи с этим переход на общепринятую методику анализа кредитоспособности заемщика коммерческими банками очень важен для целевого финансирования данного сегмента в Российской Федерации.

Список литературы

1. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) [Электронный ресурс] : федер. закон : принят Гос. Думой 27.07.2002 г. // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. Официальный сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>. – Загл. с экрана.
3. Банковское дело : учебник для студентов вузов по финансово-экон. специальностям / под ред. Г. Г. Коробовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр и др. – 2015. – 589 с. – С. 588-589.
4. Белоглазова Г. Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка : учеб. для бакалавров по экон. направлениям и специальностям / Г. Н. Белоглазова,

Л. П. Кроливецкая ; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮРАЙТ, 2014. – 652 с. – (Бакалавр. Углубленный курс).

5. Бернар И., Колли Ж.-К. Толковый экономический и финансовый словарь : пер. с фр. В 2 т. Т. I. – М. : Международные отношения, 1994. – С. 770; Т. II. – С. 771.

6. Долан Э. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика : пер. с англ. В. Лукашевича и др. / Э. Дж. Долан, К. Д. Кэмпбелл, Р. Дж. Кэмпбелл ; под общ. ред. В. Лукашевича. – М. : Туран, 1996.

7. Кидуэлл Д. С. Финансовые институты, рынки и деньги / Д. С. Кидуэлл, Р. Л. Петерсон, Д. У. Блэкуэлл. – СПб. : Питер, 2000. – С. 752.

8. Круглова Н. Ю. Правовое регулирование коммерческой деятельности : учеб. для вузов по экон. и юридич. направлениям и специальностям. В 2 т. Т. 2. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮРАЙТ, 2016. – 350 с. – (Авторский учебник).

9. Миллер Р. Л., Ван-Хуз Д. Д. Современные деньги и банковское дело : пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2000. – С. 621.

10. Основы банковского дела : учеб. пособие для студентов сред. проф. образования по специальностям «Экономика и бух. Учет», «Финансы», «Налоги и налогообложение» / под ред. О. И. Лаврушина ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : КноРус, 2013. – 386 с. – (Среднее профессиональное образование).

11. Поморина М. А. Финансовое управление в коммерческом банке : учеб. пособие для студентов по направлению «Экономика» (бакалавриат и магистратура), профилям «Финансы и кредит», «Бухгалт. учет, анализ и аудит». – М. : КноРус, 2013. – 375 с. – С. 351-353.

12. Стародубцева Е. Б. Банковское дело [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по направлению подгот. бакалавров и магистров «Экономика» специализации «Банки и банк. Деятельность». – М. : ФОРУМ - ИНФРА-М, 2014. – 463 с. – С. 441-442. – (Высшее образование). – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=431660>.

13. Глушченко В. В. Формирование методики анализа эффективности процедур оценки кредитоспособности заемщика на основе калькулирования затрат банка // Вестник ун-та (Гос. ун-т управления). – 2013. – № 2. – С. 27-31.

14. Гаврилов В. В. Использование методов экономического анализа в диагностике финансовой несостоятельности [Электронный ресурс] / В. В. Гаврилов, Н. Ф. Щербакова // Экон. анализ. – 2015. – № 13. – С. 11-23. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/browse/doc/43487288>.

15. Abdou H. & Pointon J. Credit scoring, statistical techniques and evaluation criteria: a review of the literature, Intelligent Systems in Accounting, Finance & Management. – 2011. – 18 (2-3). – pp. 59-88.

16. Thomas L. C., Edelman D. B., Crook L. N. Credit Scoring and Its Applications. Philadelphia: Society for Industrial and Applied Mathematics, 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.siam.org/journals/>.

17. Anderson R. The Credit Scoring Toolkit: Theory and Practice for Retail Credit Risk Management and Decision Automation. – New York: Oxford University Press, 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://global.oup.com/academic/category/social-sciences/economics/>.

18. Engler H., Essinger J. The Future of banking, Edition. – Financial Times Prentice Hall, 2000.

19. Gosling P., Changing Money: How the Digital Age is Transforming Financial Services, 2000.

I.Y. Bubnova*

* Bubnova Inna Yurievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_fin@tolgas.ru

THE ANALYSIS OF CREDITWORTHINESS OF THE COMMERCIAL BANK BORROWER: METHODOLOGICAL ASPECTS

Keywords: borrower's creditworthiness, creditworthiness analysis of the borrower, methods of analyzing the borrower's creditworthiness, advantages and disadvantages of methods for analyzing the creditworthiness of individuals and legal entities.

One of the main elements of the country's economy, ensuring the movement of financial resources and, consequently, its subsequent development, is the banking sector. Lending, being the main activity of a commercial bank, presupposes the presence of credit risk as a result of financial losses from the non-repayment of loans issued. The level of profitability of commercial banks is simultaneously decreasing. In modern conditions of uncertainty in financial markets and crisis phenomena in the economy, credit institutions, as an institutional lever of the balance between saving and investment, are forced to improve the mechanisms for analyzing the creditworthiness of borrowers. The creditworthiness analysis of the borrower affects all stages of the process of credit relations between the lender and the borrower. It is accompanied by a detailed study of the quantitative and qualitative characteristics of the potential borrower from the position of their influence on the creditworthiness class, the quality of collateral security and the degree of credit risk. According to foreign studies (Abdu H., Pointon J.), currently more than twenty approaches are being used to compile and implement methods for analyzing the creditworthiness of the borrower. This can be explained by the fact that credit institutions seek, on the one hand, to increase their credit portfolios and expand their lending volumes, to maintain acceptable levels of credit risks that affect the bank's profit and other financial indicators, on the other. In this connection, the analysis of the creditworthiness of the borrower, which represents a separate, independent block of integrated economic analysis and which requires special attention not only from the creditor, but also from the borrower, acquires particular importance at the present stage of economic development.

© Бубнова И. Ю., 2018

УДК 339.137.21

В. А. Свиридов*

**Свиридов Виталий Андреевич, магистрант*

Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти

kaf_manager@tolgas.ru

А. С. Копылов*

**Копылов Андрей Сергеевич, магистрант*

Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти

kaf_manager@tolgas.ru

С. И. Копылова*

**Копылова Светлана Игоревна, магистрант*

Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти

kaf_manager@tolgas.ru

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРОДУКЦИИ

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, спрос, конкуренция, лидирующие позиции.

С каждым днем рыночные условия, в которых действуют российские предприятия, требуют новых стратегических разработок в части конкурентоспособности, которые позволят организации выявить его преимущества и потенциальные ресурсы для их осуществления.

Все предприятия и их конкуренты являются звеньями одной цепочки – экономики, поэтому ни одно предприятие не может функционировать без учета деятельности конкурентов. Непременным фактором, определяющим право на существование любой организации, является конкурентная борьба, которая позволяет выделить из большого количества организаций-лидеров, способных производить действительно качественные и актуальные в настоящее время товары и услуги, востребованные населением.

В связи с этим принятие обоснованных решений в пользу повышения конкурентоспособности отдельно взятой организации должно основываться на тщательном изучении особенностей и характеристик конкурентов.

Правильно оценить потенциал конкурентов, их цели и стратегии можно, лишь выявив слабые и сильные стороны конкурентов. Благодаря этому в перспективе необходимо сконцентрироваться на направлениях, в которых конкурент гораздо слабее, и расширить свои собственные преимущества.

Конкурентоспособность – это сложнейшее понятие, имеющее много значений. Любая организация содержит в этом понятии такие аспекты деятельности, как товар или услуга и его основные качества, такие как технология производства, актуальность, доступность для конечного потребителя.

Успех предприятия напрямую зависит от способности предоставлять такие товары и услуги, которые точно отвечают потребностям покупателя и рынка в целом.

В настоящее время для экономики России важнейшим понятием является «конкуренция», или «конкурентоспособность». Считается, что конкуренция – это движущая сила отношений рыночных фигур и эволюции их партнерства, одна из самых созидательных сил экономической системы. Те предприятия, которые способны вынести кон-

курентную борьбу, являются в наибольшей степени успешными участниками рыночных взаимоотношений, наиболее конкурентоспособными.

Конечной целью каждой организации является победа в борьбе с конкурентами. Эта победа должна быть закономерным результатом неизменных усилий. Поэтому главы предприятий постоянно и непрерывно ищут новые инструменты и многочисленные рычаги, которые смогут повысить конкурентоспособность.

Являясь многозначным понятием, конкурентоспособность включает не только ценовые и качественные параметры промышленных товаров, а также имеет зависимость от сформировавшейся системы управления финансовыми потоками на уровне менеджмента, инвестиционной и инновационной составляющими его политики. Также на конкурентоспособность влияет уровень конкуренции, ощущаемой предприятием со стороны других участников рынка, конъюнктура, которая складывается на различных рынках, финансовая стабильность, техническое оснащение, уровень введения инноваций, мотивационная политика и квалификация персонала.

Для того чтобы уровень конкурентоспособности предприятия повышался, руководители должны компетентно управлять ей, а именно:

- систематически анализировать рынки, на которых они работают;
- выявлять плюсы и минусы конкурентов и качественно осуществлять оценку своего уровня конкурентоспособности;
- использовать свои преимущества.

Существует несколько определений конкурентоспособности предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Понятия конкурентоспособности

Авторы определения	Определение
European Management Forum (г. Женева)	Конкурентоспособность фирмы – это реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющихся у них для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов.
Т. Коно	Конкурентоспособность предприятия как совокупность характеристик, включающих в себя: 1) захваченную предприятием долю рынка; 2) способность предприятия к производству, сбыту и развитию; 3) способность высшего звена руководства к реализации поставленной цели.
Р. А. Фатхутдинов	Конкурентоспособность – свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкурентной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.
Ю. Т. Бубнов	Конкурентоспособность – характеристика товара, отражающая его отличие от товара конкурента по степени соответствия конкретной общественной потребности и по затратам на ее удовлетворение.
Ю. Я. Еленева	Конкурентоспособность – совокупность свойств продукции, удовлетворяющих требования потребителей по качеству, а также нормативные и организационно-экономические требования потребителя на приобретение и эксплуатацию данной продукции.
М. О. Ермолов	Конкурентоспособность предприятия – относительная характеристика, отражающая отличие процесса развития данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности.

Трактовка М. О. Ермолова, Ю. Т. Бубнова и Ю. Я. Еленевой сводит понятие «конкурентоспособность предприятия» к понятию «конкурентоспособность продукции», в то время как эти термины соотносимы между собой как целое и часть, т.е. конкурентоспособность предприятия проявляется через конкурентоспособность продукции, так как сообщает ей определенные потребительские свойства.

Конкурентоспособности предприятия можно дать характеристику как возможному качеству предприятия, которое состоит из:

1. Способности организации реально оценивать ожидания целевой аудитории покупателей, отслеживать тенденции поведения потребителей, что говорит о том, что предприятие должно иметь возможность вовремя, беспристрастно и точно оценивать спрос покупателей как в данный момент времени, так и делать прогнозы динамики в будущем.

2. Способности организовывать производство, итоги которого соответствуют ожиданиям группы потребителей, на которую ориентируется производитель. Говоря об итогах, подразумеваются не только потребительские качества производимого продукта или услуги, но и его качества в части маркетингового оценивания: цена, гарантии, гарантийное обслуживание после продажи и т.д.

3. Способности эффективно осуществлять текущую маркетинговую политику.

4. Способности находить и формировать условия для уменьшения затрат на снабжение факторами производительности – сырьем и материалами, капиталом, энергией на единицу продаваемого товара, рабочей силой.

5. Способности создавать и удерживать технологичность производства над другими участниками отраслевой структуры, в связи с этим требуется вовремя обновлять технологии, которые применяются для производства, сбыта и управления.

6. Способности планировать, организовывать и проводить эффективную стратегию во всех сферах производственного процесса и маркетинговой политики на основе инноваций.

7. Умения создавать и развивать высокий кадровый ресурс как на уровне исполнения, так и на управленческом уровне.

Все вышеуказанные характеристики конкурентоспособности повышают потенциалы предприятия и понижают его удельные расходы на финансовых, сырьевых и прочих рынках, что напрямую влияет на цену товара и прибыль, которую получает предприятие. Следовательно, связь способности предприятия конкурировать и конкуренции на рынке характеризуется как соотношение «потенциал предприятия и его использование». При всем этом осуществление условий 1-3 содействует увеличению доходности предприятия за счет гораздо лучшего, чем у соперников, понимания потребительских запросов и способности удовлетворять их. Четвертое свойство оказывать содействие на снижение удельных затрат на выпуск товара, а все в совокупности свойства 1-4 способствуют обеспечению текущей экономической эффективности предприятия и характеризуют уровень адаптации его поведения, умение приспособливаться к требованиям внешней среды в настоящий момент времени.

Свойства 1, 5 и 6 позволяют грамотно и четко осуществлять планирование и осуществлять идеи в технологическом, товарном и маркетинговом аспекте, которые выступают основой конкурентоспособности продуктов и услуг предприятия в перспективе.

Из этих свойств складывается потенциал предприятия в сфере инноваций. Они позволяют определить тенденции и осуществлять прогнозирование состояний внешней среды в будущих периодах, основывают условия для стратегического планирования успешной адаптации к ним.

Основной компонент конкурентоспособности предприятия – это способность товара конкурировать. Конкурентоспособность товара выражается в способности отвечать запросам конкурентного рынка, требованиям потребителей в сравнении с другими

сходными товарами, которые представлены на рынке. Она определяется и качественными свойствами товара, его степенью технических характеристик, потребительскими свойствами и ценами на товары, определяемыми продавцами. Кроме того, конкурентоспособность зависит от таких факторов, как мода, реклама, продажный сервис и после продажи, обстоятельства на рынке, стабильность спроса.

Следовательно, конкурентная способность товара – совокупность всех его преимуществ на рынке, которые способствуют удачной продаже и положительной конкуренции. Это суждение определяется системой потребительских, технических и экономических показателей: общественными, функциональными, эстетическими и другими полезными свойствами, техническими характеристиками продукции, ценой покупки и затратами на потребление. Сравнивая эти показатели с показателями товара-конкурента, можно произвести оценку по критериям перспективности и нормативности.

Параметры экономики взаимосвязаны с тратами потребителя на приобретаемый товар. К таким показателям относятся: цена товара, транспортные расходы и хранение, установка и починка, а также все текущие расходы в процессе эксплуатации.

Насыщенность рынка, спрос и предложение – важнейшие факторы, которые оказывают влияние на способность предприятий конкурировать.

Можно и нужно управлять конкурентоспособностью товара, так как она помогает обеспечить конкурентоспособность предприятия. Планирование показателей конкурентоспособности проводится на стадии, когда проектируется сам товар. Задача специалистов по маркетингу в части такой работы заключается в поиске показателей качества, послепродажного сервиса, стоимости, которые определяют конкурентоспособность продукта, обеспечивая его успешность.

Основной чертой в обеспечении конкурентоспособности товара на рынке является соотношение качественных, ценовых показателей и сервиса. Разумеется, причинами успеха или неудачи может быть воздействие таких факторов, как реклама, престиж марки и т.д. Но конкурентоспособность закладывается на этапе создания проекта и производства, следовательно, ограниченно поддается влиянию маркетинга в ходе деятельности по сбыту.

Обеспечение конкурентоспособности – это значительная задача, решение которой взаимосвязано с деградацией разработки, производства, сбыта и техобслуживания продукции, то есть с реализацией целенаправленной деятельности по становлению, формированию и поддержанию уровня, который требуется для высокой конкурентной способности во всех периодах жизненного цикла товара.

Список литературы

1. Ахметзянова А. В. Методы отбора персонала маркетинговых служб. Наука и просвещение. Ч. 3 [Электронный ресурс]. – European Scientific Conference. Международный центр научного сотрудничества. – 7 января 2018.
2. Баутмартян Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – № 4. – С. 72-85.
3. Беликов Д. С., Журавлева Т. А. Управление маркетингом персонала в практике управления мотивацией персонала [Электронный ресурс] // Теория и практика современной науки : международный научно-практический журнал. – 2018. – № 1 (31), январь.
4. Глухов А. Л. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения // Маркетинг. – 2015. – № 2. – С. 54-56.
5. Журавлева Т. А., Губерская Г. В. Проблемы теории и практики развития инициативы и предпринимательства персонала [Электронный ресурс] // Приднепровский научный вестник. – 2017. – № 9, Vol. 1 – С. 15-19. – Режим доступа: <http://www.rusnauka.com/books/2017-09-23-A4-tom-1+.pdf>

6. Журавлева Т. А. Маркетинговые исследования рынка // Материалы междунаро. научно-практич. конф. (05-15.04.2013). – 2013. – Вып. 6. Экономика.
7. Журавлева Т. А. Бизнес-образование для управленческих кадров // Новые научные достижения – 2014 : X междунаро. научно-практич. конф. Т. 16. Педагогические науки. – София : Бял ГРАД-БГ - 96 с.
8. Журавлева Т. А. Маркетинговые коммуникации в сфере сервиса // Азимут научных исследований: Экономика и управление : ежеквартальный научный журнал. – 2014. – № 3 (8).
9. Залялиева А. Н., Журавлева Т. А. Методика анализа экономической эффективности деятельности торгового предприятия [Электронный ресурс]. – NovaInfo.Ru. – 2015. – № 32. – Режим доступа. – URL:<http://novainfo.ru/archive/32/metodika-analiza-ekonomicheskoy-effektivnosti>
10. Корнеева Е. Н. Сами создаем, сами и продвигаем. Создание малых инновационных фирм на базе экономических университетов // Креативная экономика. – 2010. – № 6. – С. 86-90.
11. Краснова Е. В. Применение концепции маркетинга персонала в управлении человеческими ресурсами [Электронный журнал] // Инновационное развитие: потенциал науки и современного образования : сб. ст. Международной научно-практич. конф. (5 января 2018 г.). – 2018.
12. Крайнева Р. Конкурентная среда как фактор развития системы образовательных услуг профессиональной подготовки кадров // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. – № 2. – С. 376-379.
13. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов // Вестник РЕАН. – 2011. – 312 с.
14. Стропус О. Ф. Совершенствование подсистемы планирования персонала на отечественных предприятиях на основе процесса аудита и управленческого консультирования // Технические науки. Теория и практика : сб. междунаро. научно-практич. конф. (17 ноября 2016). – Саратов, 2016.
15. Суслов К. В. Конкурентоспособность как экономическое явление // Вестник РЕАН. – 2014. – № 1. – С. 103-105.
16. Фиров Н. В. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 22. – С. 2-9.
17. Krayneva R. Management and promotion of economic innovation potential Journal of International Studies / R. Krayneva, A. Bugaev, T. Zhuravleva, S. Vojtovič. – 2017. – Т. 10. – № 1. – С. 146-158.
18. Porter M. International competition. Competitive advantages of countries. – М. : Alpina Publisher. – 2016. – 947 p.
19. Kotler F. Basics of marketing. 5th European ed / F. Kotler, A. Gary. – М. : Williams, 2015. – 752 с.
20. Федосеева А. В. Основные факторы и резервы повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 4. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/04/11267>.

V.A. Sviridov*

** Sviridov Vitaliy Andreevich, Graduate Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

A. S. Kopylov*

** Kopylov Andrey Sergeevich, Graduate Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

S.I. Kopylova*

** Kopylova Svetlana Igorevna, Graduate Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

CONTENT CHARACTERISTIC OF THE ENTERPRISE AND PRODUCTS COMPETITIVENESS

Keywords: enterprise competitiveness, demand, competition, leading positions.

Every day, the market conditions in which Russian enterprises operate require new strategic developments in terms of competitiveness that will allow the organization to identify its advantages and potential resources for their implementation.

All enterprises and their competitors are links in one chain - the economy, therefore no enterprise can function without taking into account the activities of competitors. An indispensable factor that determines the right to the existence of any organization is a competitive struggle that allows you to select from a large number of leader organizations capable of producing truly high-quality and topical goods and services in demand by the population.

In this connection, making justified decisions in favor of increasing the competitiveness of an individual organization should be based on a thorough study of the peculiarities and characteristics of competitors.

One can correctly assess the potential of competitors, their goals and strategies only if he identify their strengths and weaknesses. Due to this in the long term, it is necessary to concentrate on the areas in which the competitor is much weaker, and expand own advantages.

Competitiveness is a complex concept that has many meanings. Any organization contains in this concept such aspects of activity as a product or service and its basic qualities, such as production technology, relevance, accessibility for the end user.

The success of an enterprise directly depends on the ability to provide such goods and services that exactly meet the needs of the buyer and the market as a whole.

© Свиридов В. А., Копылов А. С., Копылова С. И., 2018

УДК 330.163.2

Е. М. Алябьева*

*Алябьева Елена Михайловна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель
Поволжский государственный университета сервиса, г. Тольятти
kaf_eio@tolgas.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Ключевые слова: организация, имидж, принципы, этапы формирования имиджа.

На сегодняшний день формированием и поддержанием собственного положительного имиджа занимаются многие организации, связано это с растущей конкуренцией на рынке товаров и услуг. Эта проблема одинаково остра как для государственных организаций и учреждений, так и для коммерческих. Поэтому организациям необходимо проводить систематическую работу по поддержанию имиджа с целью увеличения потока покупателей. Создание благоприятного имиджа организации и эффективное управление им обеспечивает определенный резерв в позиционировании себя на рынке в конкурентных условиях. Но имидж это не только морально-этическая категория, но и еще материальная, так как он способен приносить большие доходы.

Имидж обеспечивает организации преимущества и способность к активной конкурентной борьбе. В условиях динамичной и нестабильной ситуации внешней среды организациям необходимо систематически проводить мониторинг общественного мнения об организации с целью определения маркетинговых стратегий, которые будут определять дальнейший план действий по его улучшению и поддержанию. В связи с этим предприятия нуждаются в связях с общественностью и эффективном маркетинге, которые органично связаны с использованием технологий имиджмейкинга.

Формирование и поддержание имиджа относится к актуальным проблемам в области управления предприятием в современных условиях. Устойчивый имидж служит привлекательным символом предприятия на рынке товаров и услуг и способствует наращиванию его потенциала.

Создание имиджа организации строится с заложения его фундамента, поэтому в первую очередь требуется определение его философии. Без этой основы вся дальнейшая работа будет обречена на неудачу. Фундамент, на котором основывается формирование имиджа, состоит из определенных принципов [1].

Принципы создания, формирования имиджа и управления им являются одними из сложных и главных моментов построения имиджа. Ф. И. Шарков [2] относит к ним следующие (табл. 1):

Таблица 1

Принципы формирования имиджа организации

Принцип	Содержательная характеристика
1	2
Принцип двуединства	Базируется на предвидении действий по повышению имиджа объекта, ориентированного на обеспечение способности конкурировать в своей сфере и на коррекцию имиджа при помощи применения комплекса методов маркетинговых коммуникаций, в которые входят связи с общественностью, реклама и личные деловые коммуникации.

1	2
Принцип объективности	Заключается в необходимости выявления характерных факторов внешней среды при формировании имиджа, для анализа и учета. Основными факторами обычно являются: - нормативные и правовые основы, которые регулируют деятельность системы; - демографическая ситуация и состояние экономики; - отечественные и зарубежные организации, являющиеся конкурентами; - потребители товаров и услуг предприятия.
Принцип клиентоориентированности	Состоит в потребности выбора и использования в наибольшей степени важных способов и средств формирования имиджа для каждого целевого сегмента.
Принцип целеполагания	Основывается на использовании целевого планирования каждой отдельной подструктуры имиджа объекта, отталкиваясь от генеральной цели и ее подцелей.
Принцип системности	Позволяющий выстроить единый интегрированный комплекс подструктур имиджа как скоординированной системы, которой управляют из отдельного центра. Системность может проявиться как при проектировании имиджа, так и при реализации и мониторинге. Системность осуществляется в самом центре управления имиджем, который в свою очередь выступает в подсистеме маркетинга и в единой системе управления. Из этого и следует, что цели подсистемы должны быть согласованы, не должны противоречить друг другу.
Принцип инновационности	С его помощью реализуется соответствие применяющихся подходов формирования имиджа и учитываются достижения в области технологий маркетинговых коммуникаций.
Принцип социально-экономической целесообразности	Требуемый получения весомого положительного экономического и социального результата от формирования имиджа, перевешивающий размер затрачиваемых для этого ресурсов.
Принцип дифференциации	Используется при структурировании искусственной системы для эффективного достижения поставленных целей с учетом сложности подсистем и надсистемы. Предприятие – это сложная система, которая взаимодействует с более сложной системой – внешней средой, поэтому имидж нужно рассматривать как желаемый образ, имеющий свои цели и структуру, которые обладают особой уникальностью [3]. Из этого следует, что желаемый образ был дифференцирован так, чтобы предприятие могло быть представлено визуальными объектами.
Принцип интеграции	Рассматривается как дополнение к принципу дифференциации, поставившее условие обеспечить скоординированность взаимодействия операций конструирования, поддержания и мониторинга имиджа, которое отражает состав элементов и связей подсистем, а также состав и содержание функций, осуществляемых отдельными компонентами и подсистемами. Соблюдение этого принципа гарантирует слаженность функционирования систем имиджа.

Вышеизложенные принципы играют важную роль на начальных этапах работы над имиджем, они составляют базовую основу способов и методов самого формирова-

ния имиджа организации. Также эти принципы помогают выстроить модель поведения управления и поддержания каждого отдельного структурного элемента имиджа.

Формирование и поддержание позитивного имиджа организации в современных условиях, находящегося в жестких условиях конкуренции, является залогом успеха.

Создание имиджа организации и эффективное управление им обеспечивает определенный резерв в позиционирование самого себя на рынке товаров и услуг. Положительный и устойчивый имидж укрепляет позиции организации в глазах общественности, обеспечивает ему преимущества [4].

Имидж организации следует начинать формировать с момента выхода на рынок товаров и услуг, однако организации на старте своей деятельности практически не проводят систематическую работу по созданию имиджа. Об управлении собственным образом как во внешней, так и во внутренней среде обычно начинают задумываться после достижения желаемой правовой и экономической стабильности. Несмотря на это формировать благоприятный имидж организации можно на любом этапе развития. В процессе своего развития должна проводиться работа по корректировке механизмов, из которых образуется имидж в нужном направлении, учитывая стратегические цели и задачи организации. Образ последнего должен выстраиваться и закрепляться в сознании общественности планомерно.

Поставив перед собой задачу формирования имиджа, необходимо учитывать, что он связан прежде всего с впечатлением, представлением о предприятии и с его образом, который может выступать в роли позитивного или негативного [5]. Понятно, что всегда целенаправленно создается позитивный образ, поэтому с помощью мониторинга нужно отслеживать положительные и отрицательные воздействия на общественность, их впечатление о предприятии и его товаров/услугах.

Под формированием имиджа организации понимается процесс, связанный с созданием спланированного заранее целостного образа на основе уже имеющихся ресурсов. Цель работы по созданию имиджа во внешней среде – повышение конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг, привлечение инвестиций, расширение партнерских связей, выход на международный рынок.

Технологии формирования имиджа должны включать в себя: продвижение информации, которая определяется формами, каналами и периодичностью; систему обратной связи, состоящую из диагностики промежуточных результатов, корректировки действий и прогностической оценки [6].

Согласно В. В. Меньшиковой [7], для достижения доверительных отношений к организации и к формированию положительных представлений о ее деятельности для общественности должны быть предоставлены следующие сведения о:

- традициях и истории организации;
- руководителях;
- особенностях общественного мнения;
- отношении к сотрудникам заведения;
- фирменном стиле и знаках отличия;
- отношениях с общественностью.

Любая организации может успешно развиваться при сочетании своего собственного управления и внешнего одобрения общественностью направленных действий, которые оно осуществляет. Поэтому, исследуя способы формирования имиджа во внешней среде, затрагивается и внутренний имидж, если это необходимо. Сложилось так, что на данный момент не существует конкретных, установленных этапов формирования имиджа организации, но многие авторы предлагают свои ступени работы над имиджем. Основные этапы формирования имиджа представлены на рис. 1.

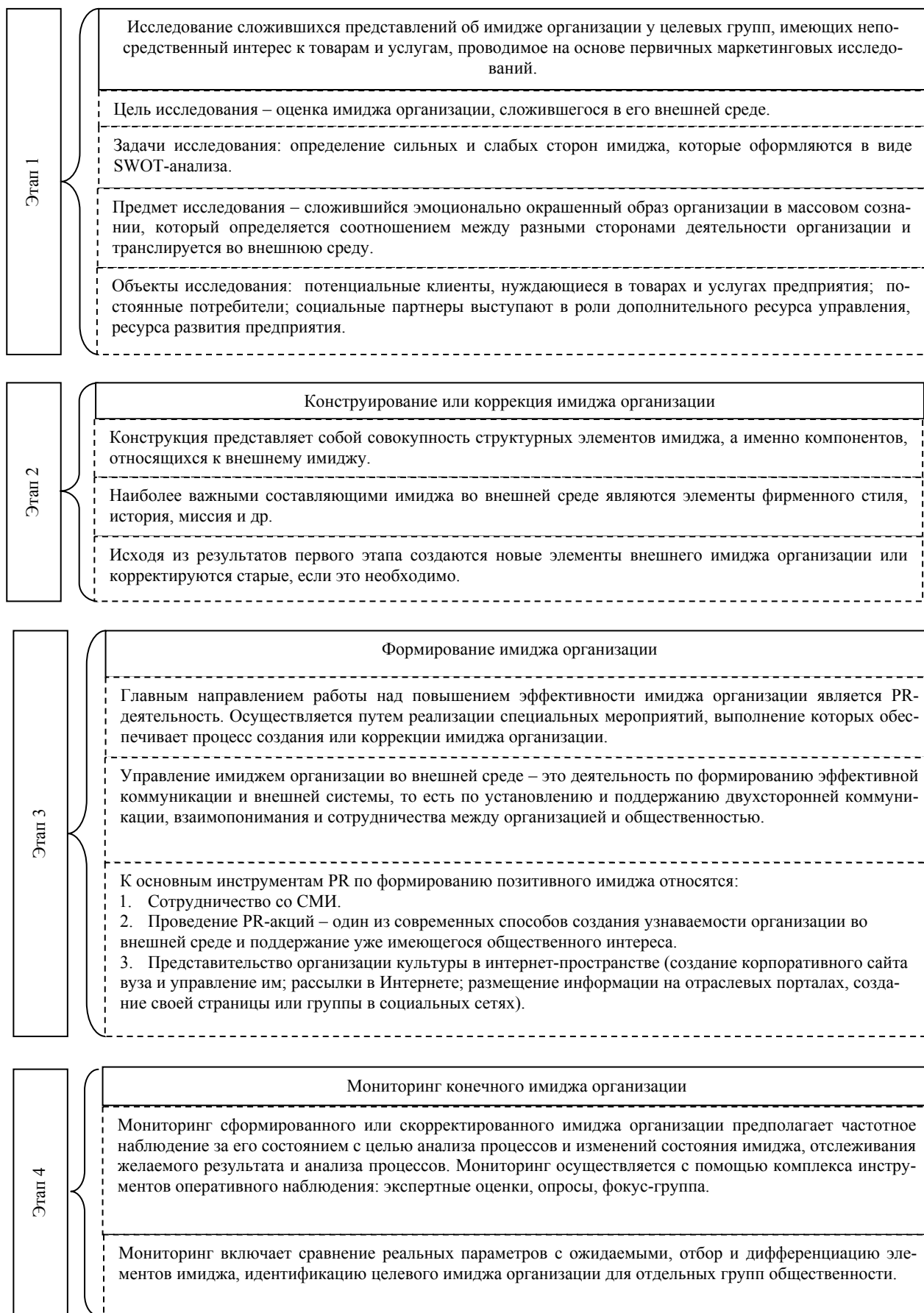


Рис. 1. Основные этапы формирования имиджа организации

Исследования показали, то работа в области создания имиджа любой организации начинается с того, то оценивается объект исследования и анализируется ситуация. Иными словами, проводится мониторинг ситуации, проблем и положения объекта исследования. Дальнейший этап работы строится на определении принципов создания имиджа, которые станут направлением в определении способов и методов формирования или корректировки имиджа организации.

Список литературы

1. Почепцов Г. Г. Имиджеология: теория и практика. – М. : Ваклер, 2007. – 645 с.
2. Шарков Ф. И. Имидж фирмы. Технология управления. – М. : Академический проект, 2006. – 272 с.
3. Лернер П. С. Векторы реформирования содержания и имиджа общего, среднего и профессионального образования // PR в образовании. – 2008. – № 2. – С. 46-48.
4. Ресурсы построения имиджа организации // Корпоративная культура. – 2007. – № 4. – С. 31-34.
5. Опокин В. В. Имидж организации: типология // Экономика и социум. – 2012. – № 4. – С. 24-26.
6. Тульчинский Г. Л. PR-фирмы: технология и эффективность. – М. : Алетейя, 2006. – 322 с.
7. Меньщикова В. В. Регуляция взаимоотношений организации с общественностью службами PR : автореф. дисс. ... канд. пед. наук. – М. : Изд-во ГУУ, 2008.
8. Москвина И. А. Репутация и имидж предприятия как объекты управления в системе маркетинга (практические аспекты) // Маркетинг услуг. – 2007. – № 3. – С. 178-185.
9. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
10. Сироткина И. В. Построение целостного имиджа компании // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2008. – № 1. – С. 34-41.
11. Сотникова А. С. Формирование и оценка имиджа и репутации организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 6. – С. 136-142.
12. Фомина Е. В. Управление деловым имиджем фирмы в современной российской экономике / Е. В. Фомина, А. Е. Хоц // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 1. – С. 46-53.
13. Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие. – 2-е изд. – М. : Дашков и Ко; Изд-во Шаркова, 2012. – 272 с.
14. Argenti P. A., Druckemiller B. Reputation and the corporate brand. In: Corporate Reputation Review, 2004. – № 6 (4). – P. 368-374.
15. Balmer J.M.T. Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: seeing through the fog. In: European Journal of Marketing, 2001. – № 35 (3/4). – P. 248-291.
16. Greef H. Effective maintenance management using offsite contractors // The S.African mechanical Engineer. – 1988. – № 3. – V. 38. – P. 138-141.
17. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications // European Journal 18. – 1991. – № 4. – P. 36-44.
18. Hill C.W.I., Jones G. R. Strategic Management. – Boston : Houghton Mifflin Co, 1992.
19. Lewis S. Reputation and corporate responsibility. In: Journal of Communication Management, 2003. – № 7 (4). – P. 356-364.
20. Low G., Fullerton A. Brands, brand management, and the brand manager system: A critical-historical evaluation. In: Journal of Marketing Research, XXXI, 1994. – P. 173-190.
21. Service management / Strategy and Leadership in Service Business / Ed. R. Normann. – N. Y., 2000.

E. M. Alyabyeva*

** Alyabyeva Elena Mikhaylovna, Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

FORMATION OF THE ORGANIZATION IMAGE: THE PROCESS APPROACH

Key words: organization, image, principles, stages of image formation.

Today, many organizations are engaged in the formation and maintenance of their own positive image, this is due to the growing competition in the market of goods and services. This problem is equally acute for both state organizations and institutions, and for commercial ones. Therefore, organizations need to carry out systematic work to maintain the image in order to increase the flow of customers. Creating a favorable image of the organization and effective management of it provides a certain reserve in positioning oneself in the market in competitive conditions. But the image is not only a moral and ethical category, but also a material one, since it is capable of generating great incomes.

Image provides organization the advantages and ability to actively compete. In a dynamic and unstable environment, organizations need to systematically monitor public opinion about the organization in order to identify marketing strategies that will determine a further plan of action to improve and maintain it. In this regard, enterprises need public relations and effective marketing, which are organically associated with the use of image-making technologies.

Formation and maintenance of the image refers to the current problems in the field of enterprise management in modern conditions. A stable image serves as an attractive symbol of an enterprise in the market of goods and services and contributes to building its capacity.

© Алябьева Е. М., 2018

УДК 659; 339.1

О. В. Гордеева***Гордеева Ольга Викторовна, ассистент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

govhome1986@yandex.ru

СУЩНОСТЬ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Ключевые слова: реклама, коммерческая организация, рекламная деятельность, система маркетинга, специалисты, этапы формирования, виды рекламы, цель рекламной деятельности, товар, услуги.

Проблемы доведения товаров до населения, формирования спроса на них, выработки определенных потребностей решает реклама. Возрастает ее роль в условиях рыночной экономики, конкурентной среды, постоянного изменения и обновления ассортимента услуг и товаров. Глобальной целью рекламной деятельности является своевременная и исчерпывающая информация населения о потребительских свойствах товаров и способах использования. В современных условиях применяется множество разнообразных средств и видов рекламной деятельности. Рекламная деятельность должна способствовать созданию потребителем условий для свободного выбора торговых предприятий и товаров конкретных производителей, что позволяет контролировать продвижение товаров на рынке, создавать и закреплять у покупателя систему предпочтений рекламируемых объектов. Рекламная деятельность является необходимым компонентом в общей структуре деловой активности, призванным стимулировать потребление до уровня, сопоставимого с уровнем производства. В условиях массового потребления и высокой занятости населения реклама стала неотъемлемой частью экономики, заняв соответствующее место среди таких ее составляющих, как производство, финансирование, распределение и предпринимательство. В промышленно развитых странах созданы научно-исследовательские институты, где опытные специалисты, прежде всего психологи, разрабатывают теорию рекламного дела.

Рекламная деятельность в современном мире играет важную роль в продвижении товаров и услуг, применяя различные способы рекламы, организации обеспечивают доведение товаров до населения, формирования спроса на них с учетом всех особенностей, выработки определенных потребностей. Благодаря рекламным технологиям организация реализовывает несколько основных задач (рис. 1).

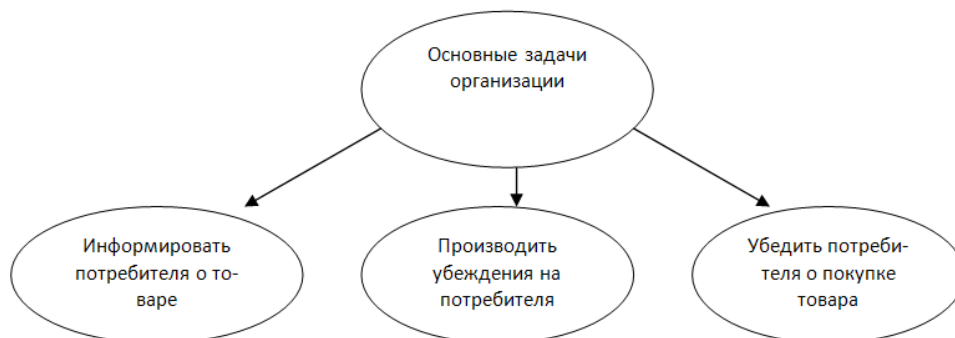


Рис. 1. Основные задачи организации

Существует великое множество средств рекламы. Рассмотрим основные, используемые в коммерческой организации: газеты, журналы, радио, наружная реклама, интернет-реклама. Каждое из средств рекламы имеет свои преимущества и недостатки. Преимущества рекламы в газетах – оперативность, многочисленность аудитории, высокая достоверность, не дорогостоящая; к недостаткам можно отнести кратковременность существования, низкое качество воспроизведения, незначительная аудитория «вторичных читателей». Реклама в журналах отличается высоким качеством воспроизведения, длительностью существования, достоверностью, престижностью; к недостаткам можно отнести длительный временной разрыв между покупкой места и появлением рекламы, соседство с рекламой конкурентов, специфичную зону охвата. Преимуществами рекламы на радио являются массовость аудитории, относительно низкая стоимость одного рекламного контакта, а недостатками – ограниченность звукового представления, невысокая степень привлечения внимания, мимолетность рекламного контакта. Наружная реклама отличается высоким качеством воспроизведения, продолжительностью контакта и отсутствием рекламных конкурентов, но при этом имеет значительный недостаток для организации – относительно высокую стоимость. На современном рынке товаров и услуг большое внимание уделяют ТВ и интернет-рекламе, преимуществами которой являются коммуникационный простор и интерактивность, сниженный коммерческий барьер, многочисленность аудитории, оптимальная прозрачность рынка, активные пользователи, оперативная передача информации, возможность статистического анализа поведения пользователей, а недостатками – не обеспечивает конфиденциальность информации, узкая целевая аудитория.

По российским статистическим данным можно сделать вывод, что организации огромное внимание уделяют ТВ и интернет-рекламе (рис. 2). Реклама является составляющей частью маркетинга, при этом самостоятельной коммуникационной системой.

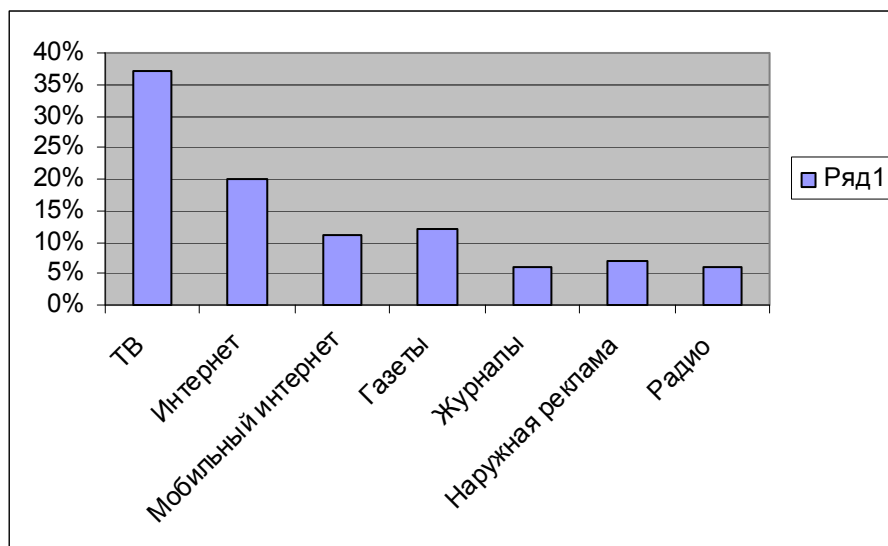


Рис. 2. Рейтинг способов продвижения товаров и услуг на российском рынке

Рекламная деятельность – это составная часть основной деятельности, следовательно, должна осуществляться планомерно на основе единой его политики. Однако проведение рекламной деятельности зависит от ряда факторов: отраслевой принадлежности, размера фирм, сферы деятельности, наличия денежных средств и т.д.

В процессе рекламной деятельности руководству необходимо принять пять важных решений:

- постановка целей и задач рекламной деятельности;
- разработка бюджета рекламной деятельности;
- формирование и исполнение идеи рекламного обращения, выбор вариантов обращения; выбор средств распространения информации;
- оценка рекламной программы, ее эффективности.

Полная самостоятельность коммерческих организаций в вопросах формирования и реализации программ своей деятельности с учетом интересов потребителей является главным условием использования маркетинга и его активного элемента – рекламы (рис. 3).



Рис. 3. Основными мероприятиями по активизации и улучшению рекламной деятельности

Для получения максимального эффекта от рекламной деятельности руководство коммерческой организации должно обеспечить тщательное планирование, которое включает следующие этапы (табл. 1):

Таблица 1

Этапы планирования рекламной деятельности

№ п/п	Этапы	Содержание
1	Продукция + время	Определяется перечень товаров и услуг, которым необходима реклама, затем – периоды времени на проведение рекламы.
2	Продукция = виды рекламы	Определяются виды рекламы для каждого вида продукции, сроки размещения рекламы и сроки ее подачи.
3	Реклама = деньги	Определяются реальные размеры денежных средств, которые можно использовать на рекламу.

Оценка организации рекламной деятельности является сложной задачей для многих торговых организаций. И это вполне понятно, так как на рекламу тратятся огромные суммы, а результативность от нее часто непонятна не только руководителям, но и маркетологам.

Реклама является одним из важных, но не всегда главным методом продвижения, и уже поэтому оценка ее роли в увеличении объема сбыта представляется затруднительной.

Можно выделить причины низкой организации и эффективности рекламы:

- отсутствие конкретных целей и задач рекламной деятельности;
- несопоставимость целей и задач рекламной деятельности с целями маркетинговой деятельности, а также корпоративной стратегии;
- отсутствие информации о целевом потребителе и источниках получения им информации (каналы доступа к потребителю);
- отсутствие обратной связи с потребителем;
- ошибки сегментации;
- низкая квалификация сотрудников, отвечающих за рекламу, а также сотрудников рекламных агентств;
- отсутствие систематизации и последовательности при проведении рекламных акций.

Необходимо отметить, что сфера деятельности также накладывает определенный отпечаток на организацию рекламной деятельности.

Среди наиболее распространенных причин, приводящих к падению эффективности, можно перечислить такие, как нарушение цепочки передачи информации, вытеснение своего рекламного обращения конкурирующим, потеря новизны, насыщение рынка отдельными видами товаров, воздействие фактора сезонности и т.д. Однако падение эффективности рекламной деятельности можно избежать путем своевременного контроля определенных параметров. Важно уметь прогнозировать этот процесс, улавливать моменты, указывающие на возможность таких изменений. Важно быть подготовленным, тогда можно сосредоточить основные усилия на противодействии неблагоприятному фактору или же перенести усилия на другую продукцию, не подверженную такому влиянию.

Под совершенствованием рекламной деятельности подразумевается донесение до конечного потребителя информации о товаре в форме, способствующей увеличению объемов продаж.

Существует несколько основных принципов совершенствования рекламной деятельности (табл. 2):

Таблица 2

Принципы совершенствования рекламной деятельности

№ п/п	Принципы	Содержание
1	Оперирование данными	Эффективность рекламной деятельности, связанная с целями рассматриваемой рекламы
2	Сочетание различных методов	Измерение эффективности рекламной деятельности, поскольку проведение одного метода недостаточно
3	Наличие и действенность системы	Проверка результатов эффективности рекламной деятельности, основанной на оценке мнений потребителей
4	Учет использования	Учет использования повторной рекламы
5	Поддержка альтернатив	Одинаковая поддержка альтернативных рекламных объявлений
6	Избегание пристрастий и предубеждений	Необходимость избегания пристрастий и предубеждений
7	Определение принципов	Выборка для оценки результатов рекламной деятельности
8	Точность проверки	Проверка эффективности рекламной деятельности

Один из путей совершенствования рекламной деятельности коммерческой организации – это рациональная организация работы отдела рекламы. По причине экономического фактора большинство коммерческих организаций не прибегает к услугам рекламных агентств. Из-за этого многие коммерческие организации имеют рекламные отделы.

Кроме того, важен фактор времени. Зачастую возникает необходимость внесения изменений в рекламный текст в последнюю минуту. Специальные закупки или опоздание прибытия заказанного товара могут вызвать необходимость срочного изменения плана публикации рекламных объявлений и пересмотра рекламных текстов. Проведение рекламной деятельности через посредника, то есть через рекламное агентство, уменьшает гибкость.

Все это приводит к тому, что руководители коммерческих организаций приходят к убеждению, что можно выполнить основную работу более экономично силами собственного персонала. Хорошая реклама требует понимания рекламируемого товара, что происходит только в результате близкого знакомства с ним или с фирмой, которая его реализует. Поэтому очень важно, чтобы работники отдела рекламы фирмы проводили встречи с покупателями, во время которых они должны узнать, что покупатели ждут от магазина и какие товары представляют для них наибольший интерес.

Таким образом, реклама является неотъемлемой частью современного бизнеса. Реклама может распространяться в различных формах, с помощью любых средств информации. Главная цель рекламной кампании – распространить информацию о фирме, о ее идеях, товаре, услуге. Формируемый с помощью рекламы интерес к товару или услуге направлен в конечном итоге на увеличение объема реализации товаров или услуг, расширение рынков сбыта, увеличение прибыли.

Список литературы

1. Andrew Smith, Leigh Sparks, Susan Hart, Nikos Tzokas. Delivering customer loyalty schemes in retailing: exploring the employee dimension // International Journal of Retail & Distribution Management. – 2004. – Т. 32. – N 4. – P. 190-204.
2. Brian D. Foster, John W. Cadogan Relationship selling and customer loyalty: an empirical investigation // Marketing Intelligence & Planning. – 2000. – Т. 18. – No4. – P. 185-199.
3. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход : пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2016. – 864 с.
4. Блэкуэлл Д. Поведение потребителей / Д. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. – Изд. 9-е. – СПб. : Питер, 2015. – 683 с.
5. Бове Л., Аренс Ф. Современная реклама : пер. с англ. под ред. О. А. Феофанова. – М. : Армода - пресс, 2015 – 704 с.
6. Викентьев И. Л. Приемы рекламы. – Новосибирск : Изд-во ЦЭРИС, 2015. – 138 с.
7. Ламбен Жан-Жак Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. – СПб. : Питер, 2015. – 269 с.
8. Панкратов Ф. Г. Рекламная деятельность : учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2015. – 7 с.
9. Писарский И. Рынок рекламных услуг: рекламодатели и рекламопроизводители // Финансовая газета, 2016. – № 4.
10. Пономарева А. М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности. – М. : ЭКСМО, 2016. – 415 с.
11. Ромат Е. В. Реклама. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 847 с.
12. Росситер Дж. Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров : пер. с англ. / под ред. Л. А. Волковой. – СПб. : Питер, 2015. – 647 с.

13. Семенов Б. Д. Рекламный менеджмент : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – Мн. : Экоперспектива, 2016. – 217 с.
14. Сенджидж Ч. Реклама: Теория и практика. – М. : Спирин, 2015. – 233 с.
15. Тультаев Т. А. Маркетинг товаров и услуг. Интерактив. учеб. курс : курс лекций. – М. : Равновесие, 2013. – (Интерактивные лекции для студентов (TeachPro)).
16. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: A Manifesto for business revolution. – New York : HarperBusiness, 1993. – 223 p.
17. Harrington J. Business Process Improvement. – New York : McGraw Hill, 1991. – 324 p.
18. Шкардун В. Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / В. Д. Шкардун, Т. Н. Ахтямов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 68-77.
19. Швальбе К. Практика маркетинга для малых и средних предприятий. – М., 2007. – 185 с.
20. Шевлоков В. В. Реклама в сети Интернет // Экономика и жизнь. – 2007. – № 21. – С. 27-31.

O.V. Gordeeva*

* *Gordeeva Olga Viktorovna, Assistant
Volga Region State University of Service, Togliatti
govhome1986@yandex.ru*

THE ESSENCE OF THE ADVERTISING ACTIVITY IN THE MARKETING SYSTEM

Keywords: advertising, commercial organization, advertising activity, marketing system, specialists, stages of formation, types of advertising, the purpose of advertising, goods, services.

Problems of bringing goods to the population, the formation of demand for them, the development of certain needs is decided by advertising. Its role in the conditions of market economy, competitive environment, constant change and updating of assortment of services and the goods grows. The global purpose of advertising activities is timely and comprehensive information of the population about the consumer properties of goods and methods of use. In modern conditions, a variety of means and types of advertising activities are used. Advertising activities should help create consumer conditions for the free choice of trade enterprises and goods of specific manufacturers, which allows to control the promotion of goods on the market, create and consolidate the buyer's preferences system of advertised objects. Advertising activities are an essential component in the overall structure of business activity, designed to stimulate consumption to a level comparable to the level of production. In conditions of mass consumption and high employment of the population, advertising has become an integral part of the economy, taking the appropriate place among its components such as production, financing, distribution and entrepreneurship. In industrialized countries, research institutes have been established, where experienced specialists, especially psychologists, develop the advertising theory.

© Гордеева О. В., 2018

Информационные технологии

УДК 004

К. А. Пец*

**Пец Кристина Александровна, студентка*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

г. Тольятти

JKL-kris-482@mail.ru

Е. А. Жихарева*

**Жихарева Екатерина Андреевна, студентка*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

г. Тольятти

zhixareva97@mail.ru

Научный руководитель: к.э.н., ст. преп. Николаева Н. А.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПЛАНИРОВАНИИ КАРЬЕРЫ

Ключевые слова: планирование профессиональной карьеры, программы, онлайн-сервисы, резюме, удобство, помощь.

Целью данной работы является просвещение студентов о применении современных информационных технологий при планировании будущей карьеры. Рассматриваются новые способы реализации профессиональных целей, включающих в себя программы и онлайн-сервисы, которые помогают в построении планов и развитии карьеры. Способствуют получению навыков креативного оформления резюме для осуществления запланированной цели, т. к. оно является одним из составляющих портфолио карьерного продвижения и играет немаловажную роль в реализации карьеры.

В процессе исследования было проведено анкетирование среди студентов третьего курса Поволжского государственного университета сервиса, которое показало, что большая часть участников опроса не имели представления о существовании программ-помощников, таких как «Карта таланта», «ResumUP», «Mindmeister», «XMind» и т. д. Они помогают избежать распространенных ошибок в расположении необходимой информации и в ее содержании благодаря макетам и примерам, присутствующим в интерфейсе. Для визуализации результатов были составлены диаграммы в MS Excel.

В результате проведенной работы студенты изменили представление о своей будущей карьере и о составлении резюме, т. к. применение специальных программ позволило им усовершенствовать навыки в данной области. Результаты данной работы могут применяться в средних специальных и высших учебных заведениях с целью информирования обучающихся о существующих методах составления карьерограммы и резюме, чтобы у выпускников не возникало трудностей в применении информационных технологий, так как это только упрощает жизнь человеку и помогает ему построить максимально верный карьерный путь.

Одним из самых важных и трудных в жизни вопросов каждого человека является выбор профессии, так как сфера деятельности должна удовлетворять личностным качествам, которые, в свою очередь, должны быть совместимы с характером работы и возможностями, предоставляемыми организацией.

Профессиональная карьера – это развитие личности в области профессиональной деятельности. Она может углубляться как в одной специализации, так и расширять область деятельности [1].

Планирование профессиональной карьеры представляет собой процесс формирования путей достижения поставленных задач и рост мастерства.

Различают горизонтальное и вертикальное развитие профессиональной карьеры. При горизонтальном развитии происходит рост мастерства человека, вследствие чего специалист осваивает более трудные варианты работы, входящей в его обязанности, которые не могут выполнить в силу своих знаний другие. При расширении мастерства идет освоение смежных профессий. В этом случае специалист становится более универсальным и независимым сотрудником в организации, он способен быстрее и качественнее выполнять свои обязанности [6].

Должностной рост и умения в организации работы – есть вертикальное развитие профессиональной карьеры.

Сопроводителями в планировании карьеры являются разработанные технологии, которые условно делятся на три группы:

- 1) технологии успешного представления кандидата работодателю (портфолио карьерного продвижения);
- 2) технологии составления наилучшего карьерного пути (карьерограммы, карты карьеры);
- 3) технологии совершенствования представления карьерных целей и процесса по созданию планов карьеры.

В основе планирования карьеры заложено портфолио карьерного продвижения (ПКП), которое разрабатывается во время студенчества [3]. Оно представляет собой минимальный пакет документов в бумажном и/или электронном виде, который показывает все возможные достижения студента за период обучения (академические, профессиональные и пр.) и нацелено на эффективное взаимодействие с научными руководителями, преподавателями в вузе и с возможными работодателями после окончания высшего учебного заведения.

В ПКП входит:

- резюме;
- список дополнительного обучения (учебные курсы по обучаемой профессиональной деятельности, дополнительная специализация в смежных областях, тренинги, семинары, мастер-классы и т. п.);
- список внеучебных мероприятий и любых должностей, где на практике применяются навыки лидерства (староста группы, председатель студенческого совета и т. д.);
- описание карьерных задатков и готовности к работе с целью приобретения навыков и опыта;
- рекомендации преподавателей, руководителей курсовых, дипломных работ, производственных практик и т. п.

Карьерное портфолио было задумано как замена традиционному резюме, информация в котором отличается ограниченностью и формальностью.

Однако в наше время спрос на резюме не упал, чаще всего на него опираются HR-специалисты для выбора кандидатов на собеседование. Резюме – один из инструментов достижения запланированной вершины карьерной лестницы. С помощью сервисов, представленных в табл. 1, резюме можно индивидуализировать и тем самым привлечь внимание работодателя.

Таблица 1

Программы для составления привлекательного резюме

Название программы	Описание
Easelly	Предоставляет возможность просмотреть готовые шаблоны для поиска идеи в оформлении резюме и создать его с нуля [11]. Доступны в использовании отдельные элементы и их перестановка
Kickresume	Простая в использовании онлайн-программа предоставляет возможность проконсультироваться с редакторами сайта. Они помогут исправить грамматические ошибки, проверить порядок слов и читабельность написанного текста [11]
Kinzaa	Программный продукт помогает наглядно показать карьерные достижения в стиле «классики»: минимум картинок/значков/иконок – максимум информации [11]
Pathbrite	Ориентирован на людей, которые впервые ищут работу. Программа позволяет рассказать об умениях кандидата в форме коллажа. Созданный документ можно обновлять в любое время [11]. Существует услуга разработки индивидуальной страницы, где публикуются грамоты и сертификаты о прохождении онлайн-курсов, фото, примеры работ и др.
PictoCV	Имеет большое количество функций для демонстрации креативного подхода. Включена функция добавления QRP-кода в резюме [11]
ResumUP	Программа хороша для тех, кому сложно применять креативность в работе: пользователем загружаются личные сведения, вся остальная работа перекладывается на сервис [11]. Клиент получает готовый результат в течение нескольких минут. Дополнительная функция этого ресурса – интеграция с профилями в соцсетях ВКонтакте и Facebook
Карта таланта	Русскоязычный сервис для создания карьерной инфографики. Он включает в себя ряд интерактивных блоков, содержащих информацию о личности кандидата, карьерные достижения, навыки и систему ценностей [11]

Карьерограмма – популярная технология планирования карьеры, которая применяется для построения комплексных взаимосвязанных решений в продвижении по карьерному пути. Это документ, представляющий в графической форме путь к должностям высшего звена управления в организации. Карьерограмма охватывает временной период примерно в 10 и более лет. Она может показывать несколько вариантов достижения предполагаемой должности.

Для постановки карьерных целей и процесса разработки планов карьеры, а также в возможности создать карьерограмму помогут следующие интеллект-карты:

- Сервис XMind – это широкий выбор шаблонов и вариантов оформления, в том числе в виде диаграммы Исикавы (рис. 1) [23].

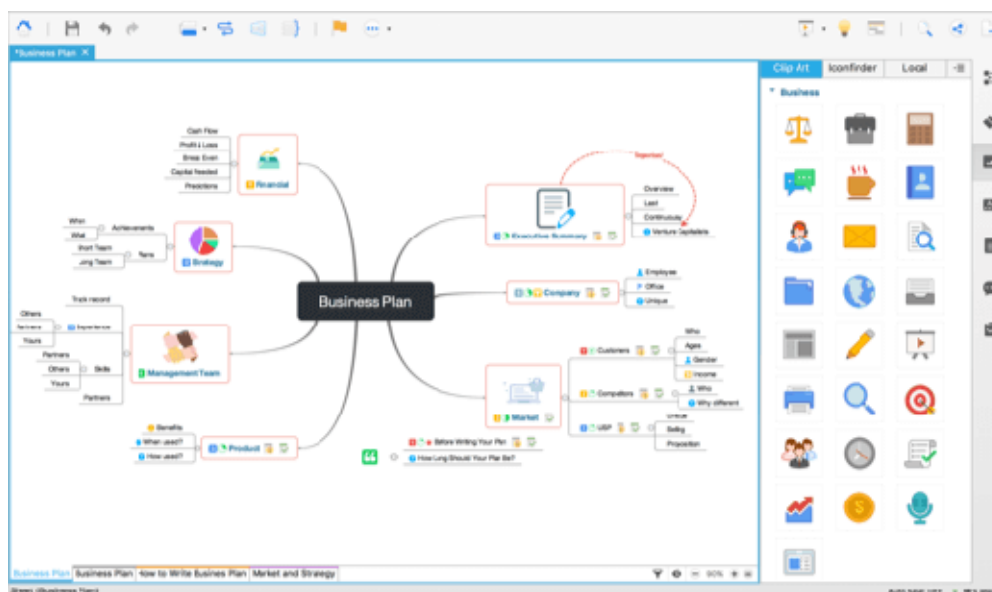


Рис. 1. Интерфейс XMind

- Mindmeister – онлайн-сервис с достаточным функционалом для повседневных задач (рис. 2). В него встроены изображения, ограничение веток, прикрепление заметок [24].

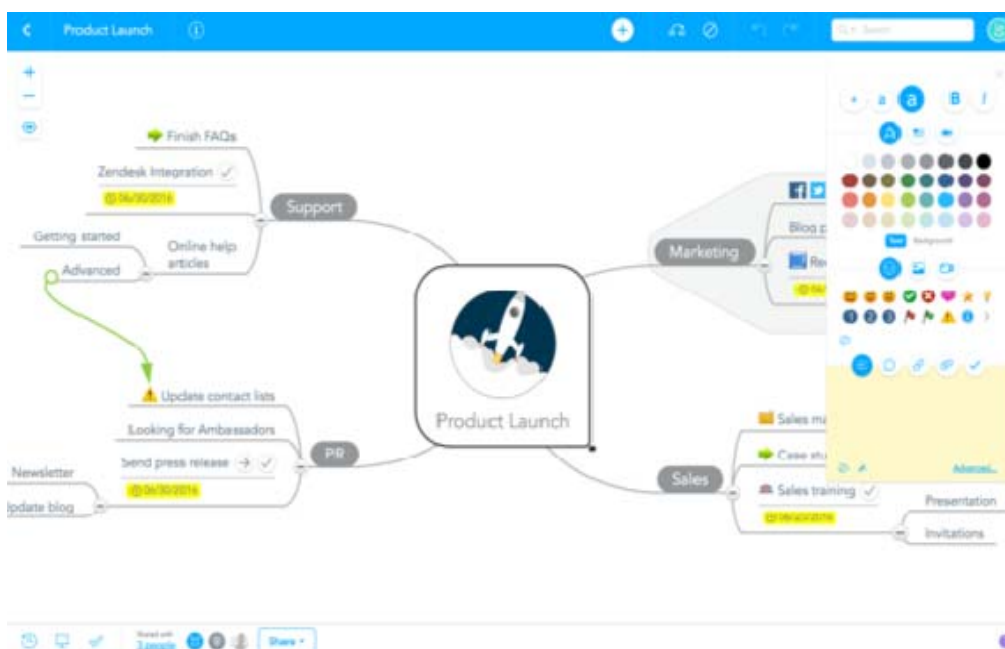


Рис. 2. Интерфейс Mindmeister

- Coggle – онлайн-сервис интеллект-карт от Google (рис. 3). Работа выполняется на английском языке. В галерее находится большой выбор примеров чужих карт, с помощью которых можно вдохновиться и найти оригинальные варианты оформления. Карты можно копировать в свой кабинет и редактировать [14].

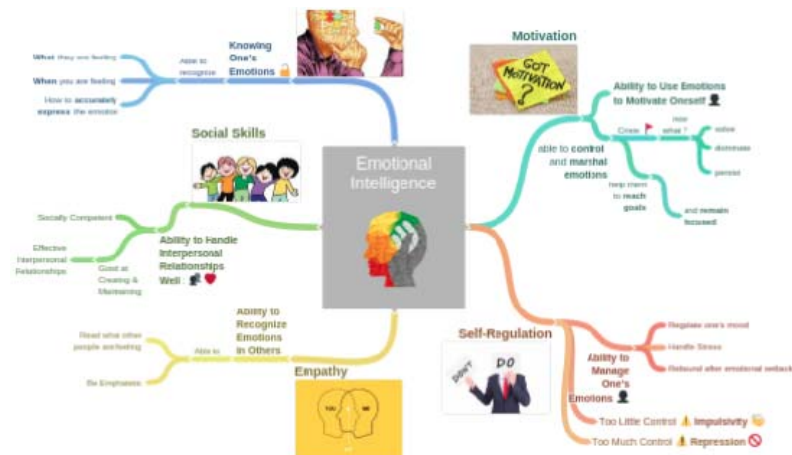


Рис. 3. Интеллект-карта от Google

Также существуют социальные сети, помогающие выбрать верный путь в карьере и построить свой карьерный путь. К сожалению, в России еще подобного создано не было.

В США, например, существует социальная сеть Linked in Career Explorer [15], владельцем которой является Microsoft (рис. 4), но в России доступ к ней закрыт. Однако рассмотреть ее функции стоит. Они позволяют студентам создавать и сохранять несколько карьерных путей, а также демонстрируют им аналогичные карьерные успехи, сделанные другими людьми в выбранной ими отрасли. Предоставляется всплывающий список людей, построивших карьеру в области, которую выбрал пользователь. Этот список рекомендаций представлен с целью осуществления общения между опытным человеком и человеком, только вступающим на развитие карьерного пути в той же сфере. Для получения жизненных советов о том, как правильнее и, возможно, быстрее подняться вверх по карьерной лестнице. Студенты также могут узнать об отрасли или рынке, в который они хотят присоединиться, включая статистику о рабочих местах, компаниях и тенденциях в этой отрасли.



Рис. 4. Социальная сеть Linked in Career Explorer

Нами был проведен опрос студентов 3-го курса Поволжского государственного университета сервиса в количестве 80 человек. Им были предоставлены варианты построения своей карьерной лестницы в заинтересовавшей их программе (рис. 5).



Рис. 5. Диаграмма влияния информационных технологий на реализацию будущей карьеры

По итогам исследования: 12% – не составило труда повторить построение карьерного пути в программе, однако заметили плюсы визуальной картины и внесли соответствующие коррективы; 68% – ранее не имели представления о карьерном пути на ближайшие 10 лет; 20% – строили карьерный путь, но путались и сдавались, пока не применили в работе программный продукт.

Результаты показывают, что применение информационных технологий только упрощает жизнь человеку и помогает ему построить максимально верный карьерный путь.

Следующим заданием для студентов было создание резюме. Данный процесс вызвал множество вопросов и непонимания в оформлении, некоторые жаловались на плохую креативность. Первоначально почти все студенты сделали их по образцам из Интернета, в результате чего принесли похожие работы. Им предлагалось исправить свои работы с применением информационных технологий. В результате была создана диаграмма, изображённая на рис. 6.



Рис. 6. Влияние информационных технологий на составление резюме

По итогам опроса: 80% – испытали легкость и удовольствие при составлении резюме; 20% – улучшили свое резюме с помощью применения различных графических инструментов.

Программы по составлению резюме помогают избежать распространенных ошибок в расположении необходимой информации и в ее содержании, благодаря макетам и примерам, существующим в программе.

Подводя итог, отметим, что внедрение информационных технологий в этапы развития карьеры помогает в затруднительных ситуациях по созданию личных достижений и перспектив, а также развивает человека в области подготовки к профессиональной деятельности. Это подтвердили два проведенных опроса среди

студентов. Ведь в настоящее время очень важно уместно и грамотно пользоваться интернет-ресурсами и интеллект-картами, чтобы научиться составлять уникальные резюме, организовывать примерное будущее и быть информированным о том, что предстоит совершить в ближайшие сроки для достижения поставленной цели. Подобными способами будет привлечено внимание потенциального работодателя к персоне.

Список литературы

1. Кларин М. В. Планирование развития карьеры // Кадры. – 2013. – № 5. – С. 34-36.
2. Могилевкин Е. А. Карьерный рост: диагностика, технологии, тренинг. – СПб. : Речь, 2012. – 336 с.
3. Поляков В. А. Технология карьеры // ЭКО. – 2011. – № 1. – С. 48-52.
4. Яковлева Т. В. Гид по стилю для успешной карьеры и личной жизни : монография. – М. : Эксмо, 2017. – 320 с.
5. Управление карьерой : учеб. пособие / под ред. С. И. Сотниковой. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 407 с.
6. Резник С. Д. Управление личной карьерой : учеб. пособие / С. Д. Резник, И. А. Игошина, В. С. Резник ; под общ. ред. Э. М. Короткова, С. Д. Резника. – М. : Логос, 2005. – 285 с.
7. 11 сервисов для создания идеального резюме [Электронный ресурс]. – М., 2012-2018. – Режим доступа: <http://www.poznaysebia.com>
8. Лагусева Н. Технология планирования карьеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
9. Петров Н. Н. Профессиональное самоопределение как основа планирования карьеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
10. Саакян А. К. Современные проблемы в управлении карьерой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
11. Сафронова Н. Топ 5 сервисов для создания ментальных карт [Электронный ресурс]. – М., 2017. – Режим доступа: <http://www.career-lift.ru>
12. Цариценцева О. П. Карьерные ориентации современной молодежи: теория, эксперимент тренинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
13. Янченко И. В. Выстраивание будущей карьеры студентами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
14. Интеллект-карты от Google. – Режим доступа: <https://coggle.it>
15. Социальная сеть Linked in Career Explorer. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/jobs/career-explorer-jobs>
16. Easelly <https://www.easel.ly/aboutus>
17. Kickresume. – Режим доступа: <https://www.kickresume.com>
18. Kinzaa. – Режим доступа: <https://kinzaa.com>
19. Pathbrite. – Режим доступа: <https://pathbrite.com/#maker>
20. PictoCV. – Режим доступа: <http://pictocv.com>
21. ResumUP. – Режим доступа: <http://resumup.com>
22. Карта таланта. – Режим доступа: <http://kartatalanta.ru>
23. XMind. – Режим доступа: <https://www.xmind.net>
24. Mindmeister. – Режим доступа: <https://www.mindmeister.com/ru?r=117822>

K. A. Pets*

**Pets Kristina Aleksandrovna, Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
JKL-kris-482@mail.ru*

E. A. Zhikharev*

**Zhikhareva Ekaterina Andreevna, Student
Volga Region State University of Service, Togliatti
zhixareva97@mail.ru*

*Scientific adviser: Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer **Nikolaeva N.A.***

INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CAREER PLANNING

Keywords: career planning, programs, online services, resume, convenience, help.

The purpose of this work is to educate students about the use of modern information technology in planning a future career. New ways of implementing professional goals, including programs and online services that help in building plans and developing a career are considered. Facilitate the skills of creative resume writing for the implementation of the planned goal, since it is one of the components of the career development portfolio and plays an important role in the realization of a career.

In the course of the research, a questionnaire was conducted among the third year students of the Volga Region State University of Service, which showed that the majority of survey participants had no idea of the existence of assistant programs such as "Talent Map", "ResumUP", "Mindmeister", "XMind" etc. They help to avoid common mistakes in the location of the necessary information and in its content thanks to the layouts and examples that are present in the interface. To visualize the results, diagrams were compiled in MS Excel.

As a result of the work done, the students changed their idea of their future career and made a resume, because the use of special programs allowed them to improve their skills in this area. The results of this work can be applied in secondary special and higher educational institutions in order to inform students about the existing methods of writing a career and CV so that graduates do not have difficulties in applying information technologies, since this only simplifies the life of a person and helps him build the most faithful career path .

© Пец К. А., Жухарева Е. А., 2018

Технологии управления

УДК 334

Т. А. Раченко*

**Раченко Татьяна Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
rta-tlt@yandex.ru*

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ РЕИНЖИНИРИНГ
ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ LADA**

Ключевые слова: реинжиниринг, концептуальный реинжиниринг-бизнес-процессы, методы сбора данных, интервьюирование, анкетирование.

В настоящее время государственная поддержка способствует проникновению инновационной деятельности в сферу услуг. Но зачастую практика показывает, что для предприятия это не является залогом повышения эффективности в сфере экономической и социальной среды, несмотря на то что претворяемые в жизнь инновационные проекты обладают высоким потенциалом. Часто это связано с тем, что не проводится реинжиниринг бизнес-процессов при внедрении инноваций. Инновации накладываются на неадаптированную и неготовую систему бизнес-процессов, вследствие чего и получается негативный результат. Причинами развития таких событий на предприятии являются следующие аспекты: неоднозначное понимание теоретических основ реинжиниринга бизнес-процессов, инноваций и инновационной деятельности и их особенностей; отсутствие алгоритма, позволяющего эффективно и результативно провести реинжиниринг бизнес-процессов при внедрении инноваций. В статье рассмотрены основные причины необходимости проведения эффективного реинжиниринга бизнес-процессов. Описаны предложенные методы оценки целесообразности проведения реинжиниринга бизнес-процессов, выявления нерациональных бизнес-процессов, оценки эффективности реализации реинжиниринга бизнес-процессов предприятия. Сформулированы рекомендации по реинжинирингу бизнес-процессов. Так же рассмотрены вопросы, связанные с развитием концепции реинжиниринга бизнес-процессов как одного из направлений инновационного менеджмента. Показана взаимосвязь реинжиниринга с основными видами менеджмента, определена его роль и место в инновационной деятельности дилерских центров. Подчеркивается необходимость проведения реинжиниринга для оптимизации управления их бизнес-процессами. В статье представлены результаты исследования дилерских центров LADA. Выявлены проблемы авторизованных центров, связанные с низким уровнем удовлетворенности потребителей. Определены возможности проведения концептуального реинжиниринга бизнес-процессов и выбраны методы анализа и сбора данных.

Цель реинжиниринга, по словам Шервуда-Смита (1994), заключается в поиске новых способов организации задач, организации людей и реорганизации ИТ-систем, с тем чтобы процессы поддерживали организацию для реализации ее целей.

В то же время Davenport (1993) говорит, что это «перепроектирование бизнес-процессов, это анализ и проектирование рабочих процессов внутри организаций и между ними. Бизнес-деятельность следует рассматривать как нечто большее чем совокупность индивидуальных или даже функциональных задач. Они должны быть разбиты на процессы, которые могут быть реализованы максимально эффективно как в производственной,

так и в сервисной среде». Реорганизация бизнес-процессов (БПР) возникла в Америке в 1980-х и начале 1990-х годов сначала в частном, а затем в государственном секторе.

Как правило, реинжиниринг включает в себя обнаружение того, как бизнес-процессы в настоящее время реализуются, как перестроить эти процессы, чтобы устранить потраченные впустую или избыточные усилия и повысить эффективность, а также как реализовать изменения процесса, чтобы быть конкурентоспособным.

Подъем использования методов БПР часто объясняется реальностью – организации должны противостоять традиционно сложившимся способам разделения труда, которые больше не работают. БПР бросает вызов многим предположениям, которые лежат в основе того, как организации управлялись в течение последних двух столетий:

Во-первых, реинжиниринг отвергает идею редукционизма, фрагментации и разбивки организаций на простейшие задачи.

Во-вторых, он побуждает организации использовать существенные достижения в технологических областях.

В-третьих, БПР позволяет организациям воспользоваться более высоким уровнем образования и возможностями сотрудников, которых они нанимают.

Рабочие места, ориентированные на задачи в современном мире потребителей, конкурентов и трансформаций, устарели. Вместо этого компании должны организовать работу вокруг процессов (Hammer & Champ, 1993). Реинжиниринг нацелен на необходимость реструктуризации процессов до структурирования институтов и иерархий, а также на необходимости структурировать эти процессы иными способами, нежели ранее. Данное утверждение основано на предположении, что потенциал его включает новаторские идеи. Таким образом, по крайней мере теоретически БПР обеспечивает недостающую связь между уровнем стратегии и уровнем проектирования информационной системы. Кроме того, в нем рекомендуется использовать целостный подход, способствующий обеспечению согласованности целей, людских ресурсов, организации, информационных технологий и культуры (Lenk, 1997).

Концептуальный реинжиниринг аналогичен другим видам реинжиниринга в том смысле, что необходимо переосмыслить бизнес-обоснование сверху вниз. Рассматриваются предположения о том, какой вы являетесь компанией, в какой отрасли и на каком конкурентном рынке находитесь, потребностей и ожиданий потребителей и возможностей достижения успеха.

Российский автомобильный рынок в основном делится на две категории: «новый» и «подержанный». Подержанные автомобили составляют значительную часть общего объема импорта. Марка прибыли сегмента «новых» автомобилей была подорвана растущим импортом «подержанных», поскольку большинство соотечественников имеют ограниченные средства для покупки новых автомобилей.

Дилеры российского автопрома, как и другие организации, сталкиваются с новыми проблемами, такими как быстрые и непредсказуемые изменения, нестабильная экономическая политика, изменение потребительских предпочтений, ожидание высококачественного продукта и высокого уровня конкуренции. Дилеры автоконцерна LADA находятся в постоянном поиске и расширении спектра предоставляемых услуг, для того чтобы удерживать отвоеванные позиции на рынке. Своевременность фундаментальных изменений во многих аспектах ведения бизнеса, включая видоизмененные бизнес-процессы, пересмотренные с точки зрения реинжиниринга, необходимы для своевременного обеспечения руководителя бизнес-процесса данными о его состоянии с целью принятия управленческого решения и обеспечения его эффективного функционирования в условиях нестабильной внешней среды.

Необходимо использовать одну и ту же концепцию, которая фокусируется на интеграции как перепроектирования бизнес-процессов, так и их развертывания для поддержки работы по реинжинирингу.

Дилерский персонал, продавцы, которые представляют ОАО «АВТОВАЗ» на своих торговых площадях, действуют таким образом, что потребители часто отмечают навязывание более дорогих комплектаций выбранных ими моделей. Для дилеров LADA сочетание высоких накладных расходов и избытка конкурентов в одном и том же географическом районе (продажа одних и тех же моделей автомобилей) всегда заставляет быть более жестким в отношении своих клиентов. Но в настоящий момент времени есть возможность предложить своим клиентам альтернативу – продажи через Интернет. То есть расширение возможностей традиционного распределительного механизма производителя – дилера, а с ним большая мера контроля над запасами и ценовыми решениями.

Если говорить о сервисном обслуживании, то можно отметить, что все процессы, связанные с запчастями, гарантией, сервисом да и частично с продажами, выполняются неэффективно, не логично, с большим количеством ручной работы и потерянным временем. При обращении клиентов с просьбой о замене детали по гарантии чаще всего возникает проблема с занятостью сервисной зоны, а сроки ожидания – 2 недели. Ожидание замены деталей по гарантии занимает около месяца, а в среднем по авторизованным центрам составляет около 9 рабочих дней! При этом стоит отметить, что в случае покупки этих же деталей весь процесс занимает не более одного рабочего дня, детали практически всегда имеются в наличии.

Таким образом, можно отметить проблемы сервисного и гарантийного обслуживания, удержания клиентов у дилерских центров холдинга «Лада-Сервис».

Общая цель исследования заключается в определении степени реинжиниринга бизнес-процессов в работе некоторых автомобильных дилеров LADA автодилерского холдинга «Лада-Сервис». Цель данного исследования заключается в определении степени влияния инноваций в процессе работы по удержанию высококвалифицированных сотрудников и повышению удовлетворенности клиентов.

В ходе исследования предполагается рассмотреть решение следующего вопроса: как повысить удовлетворенность клиента?

Концепции реинжиниринга включают четыре измерения, которые рассмотрены ниже:

1. Инновационное переосмысление: это процесс, который сам по себе полностью зависит от творчества, вдохновения и удачи. Друкер (Drucker, 1993) утверждает, что компаниям необходимо внедрение систематической дисциплины управления.

2. Функция процесса: принимая систематическую перспективу, Hammer and Champy (1993) описывает функции процесса как набор действий, которые получают один или несколько видов ввода и создают выход, имеющий ценность для клиента.

3. Радикальные изменения. В радикальных изменениях ключевым бизнес-процессом является трансформация организационной структуры как в целом, так и ее отдельных звеньев. Изменения приводят к новым идеям, технологиям, инновациям и усовершенствованиям. Поэтому важно, чтобы организации признали необходимость перемен и научились эффективно управлять процессом (Pamela et al, 1995).

4. Организационное развитие и эффективность: анализируется уровень эффективности компании и пути повышения уровня ее текущей деятельности для того, чтобы соответствовать стандартам и выдерживать конкурентное давление.

Один из способов оценить эффективность организации – сравнить ее с компаниями-конкурентами. Сравнение с аутсайдерами может показать лучшие промышленные практики и способствовать их принятию.

Этапы проведения реинжиниринга бизнес-процессов:

Davenport and Short (1990) предписывают пятиступенчатый подход к реинжинирингу бизнес-процессов. К ним относятся:

Разработка бизнес-видения и целей процесса: реинжиниринг бизнес-процессов является движущей силой бизнес-видения, которое подразумевает конкретные бизнес-цели, такие как снижение затрат, сокращение времени, улучшение качества продукции, качество жизни на работе.

Выявление процессов, которые должны быть переработаны: большинство организаций использует подход, который сосредоточен на наиболее значимых процессах. Многие организации используют исчерпывающий подход, который пытается идентифицировать все процессы в организации и определить их приоритетность, чтобы распределить по уровню срочности.

Понимание и измерение существующего процесса: во избежание повторения старых ошибок и для обеспечения исходных условий для будущих улучшений.

Уровни информационной технологии идентификации (ИТ): осведомленность о возможностях ИТ может и должна влиять на процесс, так как это является непереносимым условием для реинжиниринга бизнес-процессов.

Разработка и создание прототипа нового процесса: фактический проект не следует рассматривать как завершение процесса реинжиниринга. Скорее, это следует рассматривать как прототип с быстрым получением результатов, вовлечением и удовлетворением клиента.

Реинжиниринг бизнес-процессов (также называют инновационный процесс, бизнес-процесс редизайн и т. д.) представляет собой попытку перестроить организацию в целях повышения эффективности и результативности путем сосредоточения внимания на процессах, используемых в повседневной деятельности, а не на традиционных функциях, выполняемых предприятием. По словам Хаммера и Шампи, реинжиниринг – это фундаментальное переосмысление и радикальная перестройка бизнес-процессов для достижения значительных улучшений в критических, современных показателях производительности, таких как стоимость, качество, обслуживание и скорость (1993). Реинжиниринг бизнес-процессов является одноразовым проектом, направленным на радикальное изменение.

Целью BPR является значительное улучшение производительности процесса и улучшение процесса в диапазоне от 50 до 1000 процентов (Davidson, 1993). Напротив, общие усилия по управлению качеством часто приводят к постепенным улучшениям. Победители премии Baldrige демонстрируют в среднем от 5 до 12 процентов (Davenport, 1993).

Реинжиниринг бизнес-процессов – это не реинжиниринг систем. Реинжиниринг систем – это перепроектирование компьютерной архитектуры, на которой построены системы организации. Реинжиниринг систем включает в себя сокращение (например, смену архитектуры клиент/сервер из архитектуры мэйнфрейма), реструктуризацию кода или переход систем на более эффективные языки. Дилерам LADA придется пройти через реализацию реинжиниринга систем, прежде чем они смогут реализовать реинжиниринг бизнес-процессов. Самое главное, реинжиниринг бизнес-процессов не является полным управлением качеством (TQM). Реинжиниринг похож на TQM, потому что оба рассматривают процесс организации и оба фокусируются на клиенте как главном источнике измерения процесса. Однако TQM фокусируется на непрерывном, дифференциальном улучшении техпроцессов через обратную связь работника и клиента. Реинжиниринг пытается полностью перестроить процесс с нуля. Он использует парадигму «чистого листа бумаги» или начинает с нуля, а не улучшает существующую ситуацию (Hammer and Champy, 1993).

Кроме того, TQM – это непрерывный процесс с сильными инструментами и методами, в то время как реинжиниринг – это одноразовый проект с несколькими проверенными инструментами и методологиями, а в качестве значительных изменений используются информационные технологии и людские ресурсы.

Сами по себе результаты деятельности организации можно оценивать по-разному, используя финансовые или нефинансовые показатели. Существует несколько подходов к оценке эффективности работы организации, которые включают различные точки зрения заинтересованных сторон.

Balanced Scorecard (BSC) – это инструмент управления эффективностью для измерения того, соответствует ли мелкомасштабная операционная деятельность компании ее масштабным целям с точки зрения видения и стратегии. Чэнь. М, Хунг. М, & Cheng Y. (2009) включают четыре перспективы: финансовые, клиентские, внутренние процессы и инновации и перспективы обучения. Финансовая перспектива изучает, способствует ли реализация и исполнение стратегии компании улучшению ситуации (Robinson H. S. et al, 2006). В эту группу показателей целесообразно включить экономическую добавленную стоимость, рост доходов, затраты, прибыль, денежные потоки, чистый операционный доход и т.д. Перспектива клиента определяет ценностное предложение, которое организация будет применять для удовлетворения клиентов и генерировать больше продаж для наиболее желаемых групп клиентов.

Данные меры должны охватывать как стоимость, предоставляемую клиенту, которая может включать время, качество, производительность и обслуживание, так и результаты, которые возникают в результате этого ценностного предложения, такие как удовлетворенность клиентов и доля рынка. Внутренний процесс – возможности, предоставляемые всеми видами деятельности и ключевыми процессами, необходимые для предоставления услуг по стоимости, ожидаемой клиентами. Для внутреннего процесса перспективными являются:

- управление операциями (за счет улучшения использования активов, управление цепочками поставок);
- управление клиентами (за счет расширения и углубления отношений);
- инновации (за счет новых продуктов и услуг);
- нормативно-социальные процессы (за счет установления отношений с внешними заинтересованными сторонами).

Перспектива инноваций и обучения фокусируется на нематериальных активах организации, в основном на внутренних навыках и возможностях, необходимых для поддержки внутренних процессов создания ценности.

Организационная производительность отражает понимание и знание организации относительно потребительских потребностей и ожиданий (Slater & Narver, 1995). Эффективность сервисных центров может быть улучшена за счет надлежащей практики руководства и предоставления индивидуального подхода к потребителям. Следовательно, организация может максимизировать удовлетворенность потребителя для повышения прибыльности, увеличенного объема продаж, который в конечном счете улучшает общее преимущество работы.

Как правило, эффективность деятельности организации оценивается путем применения финансовых или как финансовых, так и нефинансовых мер. В литературе имеется ряд исследований, в которых использовались нефинансовые меры для оценки эффективности и результативности организаций сервиса (Quinn & Rohrbaugh, 1983; Venkatraman & Ramanujam, 1986). Предполагается, что четыре модели: человеческие отношения, внутренний процесс, открытая система и модель цели обоснования – могут представлять организационную эффективность (Quinn & Rohrbaugh, 1983).

Финансовые показатели, такие как рентабельность инвестиций (ROI), прибыль на акцию (EPS) и рентабельность собственного капитала (ROE), используются рядом организаций для измерения их эффективности деятельности.

Для того чтобы понять степень удовлетворенности потребителей, предлагается использовать метод сбора данных. Таким образом, исследовательские инструменты, которые будут использоваться в анализе, – это официальные вопросники и интервью с ключевыми информаторами. Вопросники будут использоваться в качестве необходимых инструментов исследования для выявления существенных вопросов, о которых респондентам было бы неудобно говорить в ходе интервью. Для оценки достоверности и надежности вопросника будет проведено предварительное обследование. Вопросы, которые окажутся неясными для респондентов, будут изменены, перефразированы. Так же будет проведено предварительное тестирование инструментов, что может служить проверкой достоверности, указывающей, насколько хорошо концептуализация проблемы соответствует фактическому опыту практикующего. Интервью также позволит принять к сведению невербальные подсказки респондентов, например хмурится и нервничает, которые могут быть использованы для определения конечных результатов.

Стоит отметить, что успешная реализация реинжиниринга принесет определенные преимущества для организации и степени удовлетворенности клиентов, повышение производительности и гибкости, увеличение числа сотрудников, а так же улучшение координации и конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Goldkuhl G. The Six Phases of Business Processes – Further Development of Business Action Theory, CMTO, Linköpings University, 1997. Hammer M., and Champy J. Re-engineering the corporation: A manifesto for business revolution. – London : Nicholas Brealey, 1993.
2. Harmon P. Business process change: A manager's guide to improving, redesigning, and automating processes. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2003.
3. Harrington H. Business process improvement. – London : McGraw-Hill, 1991. Jacobson I., Ericsson M. and Jacobson A. The object advantage – Business Process Reengineering with object technology, Addison-Wesley, 1994.
4. Jacobson I., Ericsson M., and Jacobson, A. (1995). The object advantage: Business process reengineering with object technology. ACM Press Books: Addison Wesley Jarrar Y. F. and Aspinwall E. M. (1999).
5. Integrating total quality management and business process reengineering: Is it enough? Total Quality Management. – 10 (4). – P. 584-593.
6. A Theory and Method Driven Analysis. The Language Action Perspective proceedings of the Second, International Workshop on Communication Modeling. Magutu P.O., Nyamwange S.O. and Kaptoge G.K. Business Process Reengineering for Competitive Advantage. AIBUMA Publishing, African Journal of Business and Management (AJBUMA). – <http://www.aibuma.org/journal/index.htm>. Vol.1, 16pages. – 2010.
7. Magutu P. O., Nyamwange S. O. and Kaptoge G. K. Business Process Reengineering for Competitive Advantage. AIBUMA Publishing, African Journal of Business and Management (AJBUMA). – <http://www.aibuma.org/journal/index.htm>. Vol.1, 16pages. – 2010.
8. Антикризисное управление : учебник / под ред. Э. М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 620 с. – (Высшее образование).
9. Антипов Д. В. Разработка модели оценочных показателей устойчивого развития организации // Вектор науки Тольяттинского гос. университета. – 2010. – № 4. – С. 186-189.

10. Балашова Е. С. Показатели оценки организационной эффективности бизнес-процессов // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2014. – № 2 (192). – С. 185-190.
11. Елиферов В. Г., Репин В. В. Бизнес-процессы: регламентация и управление. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 319 с.
12. Международный стандарт ISO 9001:2011 «Системы менеджмента качества» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.novsu.ru/file/1027870>.
13. Мищенко Л. Я. Стратегический менеджмент : учебник. – Краснодар Изд-во : Кубанского гос. ун-та, 2013. – 309 с.
14. Рыбаков М. Как навести порядок в своем бизнесе. Как построить надежную систему из ненадежных элементов. Практикум. – М. : Изд-во ИКАР, 2011. – 380 с.
15. Силич В. А., Силич М. П. Системные технологии проектирования бизнес-процессов : учеб. пособие. – Томск : Изд-во ТПУ, 2000. – 108 с.
16. Тельнов Ю. Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов : учеб. пособие. – М. : Изд-во МЭСИ, 2004. – 116 с.
17. Указ Президента Российской Федерации от 1 апреля 1996 года № 440 «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// base,consultant.ru/cons /cgi/online, cgi?req=doc;base=EXP;n=233558](http://base.consultant.ru/cons/cgi/online, cgi?req=doc;base=EXP;n=233558).
18. Фасхиев Х. А. Удовлетворенность потребителей и ее оценка Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 2.
19. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе. – СПб. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.
20. Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент : учеб. пособие. – СПб. : Питер, 2006. – 384 с.

T.A. Rachenko*

* *Rachenko Tatyana Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Volga Region State University of Service, Togliatti*
 rta-tlt@yandex.ru

CONCEPTUAL REENGINEERING OF LADA DEALER CENTERS

Keywords: reengineering, conceptual reengineering, business processes, methods of data collection, interviewing, questioning.

Currently, government support facilitates the penetration of innovation in the service sector. But often the practice shows that for the enterprise this is not a guarantee of increasing efficiency in the economic and social environment, despite the fact that the innovative projects implemented in practice have high potential. Often this is due to the fact that business processes are not reengineered in the implementation of innovations. Innovations are superimposed on an unadapted and unprepared system of business processes, as a result of which a negative result is obtained. The reasons for the development of such events at the enterprise are the following: an ambiguous understanding of the theoretical foundations for reengineering business processes, innovations and innovation activities and their features; the absence of an algorithm that allows efficient and effective reengineering of business processes when introducing innovations. The article considers the main reasons for the need to conduct effective business process reengineering. The proposed methods for assessing the feasibility of reengineering business processes, identifying non-rational business processes, evaluating the effectiveness of implementing reengineering of business processes of the enter-

prise are described. Recommendations on reengineering of business processes are formulated. Also, issues related to the development of the concept of business process reengineering as one of the areas of innovation management were considered. The relationship of reengineering with the main types of management is shown, its role and place in the innovation activity of the dealer centers are determined. The need for reengineering to optimize the management of their business processes is emphasized. The article presents the results of the research of LADA dealer centers. The problems of the authorized centers connected with a low level of satisfaction of consumers are revealed. The possibilities of conceptual reengineering of business processes are determined and methods of analysis and data collection are chosen.

© Раченко Т.А. 2018

Математические и инструментальные методы экономики

УДК 338.33, 678

Ю. С. Данилова*

**Данилова Юлия Сергеевна, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_vm@tolgas.ru*

**ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДА
ИССЛЕДОВАНИЯ ПОВЫШЕНИЯ АКТИВНОСТИ
ЦЕМЕНТНЫХ РАСТВОРОВ ЭЛЕКТРОФИЗИЧЕСКИМ МЕТОДОМ**

Ключевые слова: растворные смеси, электрофизическое воздействие, экономическая эффективность, капитальные вложения, приведенные затраты.

Автор предлагает рассмотреть технико-экономическую эффективность использования гидратации цементов в растворной смеси под воздействием внешних электрических полей, опираясь на теорию электрического поля. Особенностью такого подхода является то, что гидратация идет за счет взаимодействия собственного поля растворной смеси и внешнего электромагнитного поля земли. Выполненные по предложенной методике расчеты позволили качественно оценить гидратацию цемента и выявить наиболее эффективные уровни напряженности внешнего поля, длительность обработки, вид прикладываемого напряжения, состав смеси, подлежащей обработке.

Для подтверждения основных теоретических положений автором проведены экспериментальные исследования полевой обработки растворной смеси с целью повышения прочностных характеристик раствора, улучшения технологических характеристик растворной смеси.

Высокая технологичность нового способа и низкая себестоимость растворной смеси при одновременном повышении его качества привлекают всеобщее внимание соответствующих строительных организаций. Низкие энергозатраты при дефиците электрических мощностей и улучшенные свойства смесей при различных технологиях электрофизических методов активации будут способствовать более широкому использованию способа.

Одной из важнейших задач перед капитальным строительством является кардинальное повышение эффективности строительного производства за счёт разработки и внедрения новых прогрессивных технологий, экономии материалов, уменьшения материалоёмкости конструкций. Автор предлагает рассмотреть продолжение исследований повышения активности цементных растворов электрофизическим методом, который на определённом этапе структурообразования позволяет регулировать процессы гидратации, тем самым улучшаются физико-механические, технологические свойства растворов. В основу оценки эффективности производства растворных смесей, обработанных электрофизическим способом, положены материалы, изложенные в [1, 2, 3, 6, 7].

Основным критерием эффективности применения обработки растворных смесей электрическими полями является экономия приведенных затрат, которая достигается в производстве при выпуске с применением указанного метода. Показателем сравнительной экономической эффективности капитальных вложений является минимум приведенных затрат. Оценка экономической эффективности применения обработанных растворных смесей электрическим полем проводилась на действующем предприятии без интенсификации производства и без учёта НДС. За базу сравнения принимаются

показатели существующего производства (себестоимость, капиталовложения). Сравнимые варианты капитальных вложений приведены в сопоставимый вид по объему продукции, ее составу, времени затрат, ценам, методам расчета показателей.

При определении эффективности капитальных вложений необходимо решить следующие задачи:

1. Выбрать наиболее экономичный вариант, для чего по каждому варианту даётся расчёт приведённых затрат.

2. Определить целесообразность применения электрофизической активации растворной смеси, для чего необходимо определить показатели общей или абсолютной эффективности (коэффициент эффективности и срок окупаемости) капитальных вложений по выбранному варианту.

3. Определить условный годовой эффект.

Показателем сравнительной экономической эффективности капитальных вложений является минимум приведенных затрат:

$$P_i = C_i + E_n \cdot k_i, \quad (1)$$

где C_i – себестоимость единицы продукции, руб.; E_n – удельные капитальные вложения по сравнительному и базисному вариантам, руб.; $k_i = 0,12$ – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

При определении эффективности анализировались следующие показатели: вид и класс раствора, расход цемента и его марка, перечень необходимого оборудования, наличие производственных площадей для организации обработки растворных смесей электрическим полем, способы обработки растворной смеси электрическим полем и ее подача на рабочее место.

Себестоимость продукции выражается следующей формулой [12]:

$$C_i = C_m + C_n, \quad (2)$$

где C_m – себестоимость материалов; C_n – себестоимость переработки;

$$C_m = W_0 \cdot W \cdot C, \quad (3)$$

где W_0 – средний расход цемента, т/куб. м; W – уменьшение расхода цемента, %;

C – стоимость 1 т цемента марки 400 с учетом транспортных издержек, руб.;

$$C_n = z + C_3 + C_0 + C_u, \quad (4)$$

где z – заработная плата рабочих; C_3 – стоимость технологической энергии; C_0 – затраты на содержание и эксплуатацию оборудования; C_u – цеховые и общезаводские расходы.

Для предлагаемого варианта с обработанными смесями учитываются дополнительное оборудование, устройства и приспособления, связанные с обработкой растворных смесей электрическими полями, выполнением ПТЭ и ТПБ, а также дополнительные работы.

Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования складываются из отчислений на амортизацию и затрат на средние и текущие ремонты и профилактику. Отчисления на амортизацию принимаются по действующим нормам. Стоимость оборудования, электроэнергии, цемента и т. д. принимается по данным завода, на котором предусмотрено внедрение электрофизического способа. В рассматриваемом случае эффект от обработки растворных смесей электрическими полями достигается в основном за счет повышения марочной прочности цементного камня, в результате экономии цемента на 15% от нормы расхода.

Рассматривая экономическую эффективность использования данного метода на действующем предприятии, в качестве базового предприятия был принят Тольяттинский ЖБИК, технико-экономические показатели которого представлены в табл. 1.

Таблица 1

Технико-экономические показатели ЖБИК (г. Тольятти)

№ п/п	Показатели	Стоимость, тыс. руб.
1	Стоимость основных производственных фондов	5474
2	Сырье и материалы	50757,6
3	Заработная плата, основная	8745,1
4	Начисления на заработную плату	3249,3
5	Электроэнергия	1408,03
6	Цеховые расходы, общехозяйственные и транспортные расходы	10814,6

При внедрении обработки растворных смесей электрическим полем на технологических линиях ЖБИК необходимо смонтировать комплект технологического оборудования, что в стоимостном выражении составляет 200 тыс. рублей.

Таблица 2

Калькуляция себестоимости 1 куб. м растворной смеси по вариантам производства при одинаковом выпуске продукции, руб.

Наименование затрат	Количество затрат, руб./куб. м		Изменение количества затрат, руб./куб. м	Примечание
	По существующей технологии	По технологии с применением электрообработки		
Сырье и материалы	446,4	417,15	-29,25	
Основная заработная плата	76,9	76,9	-	
Начисления на заработную плату	28,6	28,6	-	
Электроэнергия	12,4	12,41	+0,01	1 кВт=0,56
Вода	0,52	0,442	-0,078	
Цеховые расходы, общехозяйственные и транспортные расходы	95,2	95,2	-	
Итого	660,02	630,69	-29,328	

При этом текущие затраты изменяются следующим образом (табл. 2): расход цемента и воды при производстве растворных смесей уменьшится на 15%. Следовательно, себестоимость единицы продукции при производстве растворных смесей с применением электрообработки изменится за счет уменьшения прямых затрат и увеличения расходов по содержанию и эксплуатации оборудования для электрообработки растворных смесей.

Величина основных затрат при сохранении объема выпуска продукции остается на прежнем уровне. В стоимостном выражении уменьшение расхода цемента выразится по формуле (3) как:

$$C_m = 0,25 \cdot 0,15 \cdot 780 = 29,5 \text{ руб./куб. м.} \quad (5)$$

В стоимостном выражении сокращение расхода воды составит:

$$C_g = C \cdot W, \text{ руб./куб. м,} \quad (6)$$

где C – стоимость воды, необходимой для затворения 1 куб. м раствора, руб.;

W – уменьшение расхода воды, необходимое для затворения 1 куб. м раствора с уменьшенным содержанием цемента, %;

$$C_g = 0,52 \cdot 0,15 = 0,078 \text{ руб./куб. м.} \quad (7)$$

Увеличение стоимости электроэнергии на электрообработку 1 куб. м растворной смеси составит:

$$C = \frac{P \cdot N}{\Pi} \cdot C_1, \text{ руб./куб. м,} \quad (8)$$

где P – паспортная мощность установки АИИ-70М, подведённая для электрообработки порции раствора, кВт; C_1 – стоимость 1 кВтч электроэнергии, руб.; N – количество порций раствора, необходимого для обработки 1 куб. м раствора; Π – часовая производительность камеры порционной электрообработки, куб. м/час;

$$\Pi = \frac{V_k}{t}, \text{ куб. м/час,} \quad (9)$$

где V_k – объём камеры электрообработки одной порции раствора, куб. м; t – max время, необходимое для электрообработки порции раствора ($15c = 4,16 \cdot 10^{-3}$);

$$\Pi = \frac{0,25}{4,16 \cdot 10^{-3}} = 60 \text{ куб. м/час.} \quad (10)$$

Согласно формуле (8) получаем увеличение стоимости электроэнергии на электрообработку 1 куб. м раствора:

$$C_{эл} = \frac{0,2 \cdot 4}{60} \cdot 0,56 = 0,0075 \text{ руб./куб. м.} \quad (11)$$

Увеличение затрат на содержание зданий и оборудования для обработки растворных смесей составит:

$$C_0 = \frac{C_{од} \cdot K_{a.p.} \cdot K_{m.p.}}{V_2} \quad (12)$$

где $C_{од}$ – стоимость дополнительного оборудования, руб.; $K_{a.p.}$ – коэффициент, учитывающий амортизационные расходы; $K_{m.p.}$ – коэффициент, учитывающий текущие расходы; V_2 – объём выпуска раствора в год, куб. м.

Согласно формуле (12) дополнительные расходы на технологическое оборудование составят:

$$C_0 = \frac{200000 \cdot 0,15 \cdot 1,5}{113691} = 0,39 \text{ руб./куб. м.} \quad (13)$$

Удельные приведенные затраты варианта 1, принятого за базу сравнения, составят согласно формуле (1):

$$\Pi_1 = 660,02 + \frac{5474000}{113691} \cdot 0,12 = 665,8 \text{ тыс. руб./куб. м.} \quad (14)$$

Величина приведенных затрат по варианту 2 составит:

$$\Pi_2 = 630,69 + \frac{5474000 + 200000}{113691} \cdot 0,12 = 636,68 \text{ тыс. руб./куб. м.} \quad (15)$$

Так как $\Pi_1 > \Pi_2$ то вариант производства растворных смесей с электрообработкой при сохранении годового объёма выпуска следует признать экономически более выгодным.

Список литературы

1. Абалакин В. А. Метод обработки электроразогретых бетонных смесей электрическим полем при изготовлении железобетона на предприятиях КСМО : дис. ... к.т.н. – СПб., 1994. – 289 с.
2. Абалакин В. А., Перевезенцев М. М. и др. Установка для электрообработки бетонных смесей // Военно-строительный бюллетень. – 1991. – 29 с.

3. Аппарат типа АИИ70М, паспорт 2ДЕ. 169.039ПС, Министерство средств автоматизации и систем управления СССР, 1977. – 30 с.
4. Арбенев А. С. Устройства для электроразогрева бетонных смесей // Механизация строительства. – 1992. – № 3.
5. Блещик Н. П. Структурно-механические свойства и реология бетонной смеси и красвакуумбетона. – Минск : Наука и техника, 1977. – 386 с.
6. Булат А. Д. Способ изготовления бетонных и железобетонных изделий // А.С. №1719380. 1991.
7. Булат А. Д. Способ приготовления бетонной смеси // А.С. № 1735245. 1992.
8. Зимин М. П. Технология и организация строительного производства. – М. : ЗАО НПК «ИНТЕЛВАК», 2000.
9. Капранов В. В. Твердение вяжущих веществ и изделий на их основе. – Челябинск, 1976. – 176 с.
10. Конюховский П. В. Математические методы исследования операций в экономике. – СПб., 2000. – 192 с.
11. Руководство по определению экономической эффективности использования новой техники, изобретений и рационализаторских предложений в производстве строительных конструкций и деталей из сборного железобетона. – М. : Стройиздат, 1981. – 208 с.
12. Руководство по определению экономической эффективности повышения качества в долговечности строительных конструкций. – М. : Стройиздат, 1981. – 56 с.
13. Патент 2501184 Франция. Устройство для отработки воды электрическими импульсами регулируемой мощности, 1982.
14. Патент 57 – 37382 Япония. Устройство для отработки воды с применением устройств для облучения электронными лучами, 1982.
15. Тейлор Х. Ф. Химия цементов : пер. с англ. – М. : Мир, 1996.
16. Херхагер М., Партоль Х. Machcad 2000 / Издательская группа BNV, 2000. – 416 с.
17. Keen R. Maguetired mixing woter for concrete // Cement and concrete Association, April, 1969.
18. Nechleba M. Das problem der ravitation maschinenban-techic., feb, 1955.

Yu. S. Danilova *

** Danilova Julia Sergeevna, Candidate of Technical Sciences, Associate professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

**TECHNICAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF THE RESEARCH METHOD
OF INCREASING ACTIVITY
OF CEMENT SOLUTIONS BY ELECTROPHYSICAL METHOD**

Ke words: mortar mixtures, electrophysical influence, economic efficiency, capital investments, reduced costs.

The author suggests to consider the technical and economic efficiency of the use of hydration of cements in the solution mixture under the influence of external electric fields, relying on the theory of the electric field. The peculiarity of this approach is that hydration is due to the interaction of the intrinsic field of the solution mixture and the external electromagnetic field of the earth. The calculations performed by the proposed method allowed to evaluate qualitatively the hydration of cement and to reveal the most effective levels of external field strength, processing time, type of applied voltage, composition of the mixture to be treated.

To confirm the main theoretical positions, the author carried out experimental studies of the field treatment of the solution mixture in order to improve the strength characteristics of the solution, improve the technological characteristics of the solution mixture.

The high processability of the new method and the low cost of the mortar mixture, while improving its quality, attract the attention of the relevant construction organizations. Low energy consumption in case of deficiency of electric capacities and improved properties of mixtures with various technologies of electrophysical activation methods will promote wider use of the method.

© Данилова Ю. С., 2018

УДК 514.74

Г. А. Киричек***Киричек Галина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти**kaf_vm@tolgas.ru*

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ
ПО ТЕМЕ «ПРОИЗВОДНАЯ. БИЗНЕС И ЭКОНОМИКА.
ПРИЛОЖЕНИЯ»**

*«Mathematics brought rigor to economics»
(«Математика принесла строгость в экономику»).*
Kenneth Boulding

Ключевые слова: методические особенности, самостоятельная деятельность, производная, бизнес, экономика.

Рассматривается актуальная на сегодняшний день проблема организации самостоятельной деятельности студентов. Автор стремится проследить процесс самостоятельной деятельности студентов экономических специальностей по теме «Производная. Бизнес и экономика. Приложения». Обобщая практический опыт, выделяются и описываются методические особенности, заключающиеся в том, что структура теоретического и практического материала располагается в следующем порядке: 1. Примеры. Выступают в качестве инструментов исследования, которые представлены как графически, так и аналитически, для того чтобы обеспечить более глубокое понимание материала. 2. Контрольные точки. Задачи, которые помогают студентам закрепить материал сразу после того, как он был представлен, или использовать их в качестве контроля, изученного материала. 3. Советы по изучению. Помогают студентам избежать распространенных ошибок, рассмотреть особые случаи и расширить теоретические знания. 4. Технология. Упражнения, в которых студентам специально рекомендовано использовать калькулятор (компьютер) для решения задач. 5. Резюме основных бизнес-терминов и формул. Работа с глоссарием. 6. Упражнения для отработки навыков. Упражнения, касающиеся бизнес-ситуаций, которые связаны с математическими понятиями. 7. Исследовательский проект. Итог самостоятельной деятельности студентов – применять изученный материал к реальным бизнес-ситуациям. Значительное внимание уделяется содержанию учебных заданий, которые основываются на экономических приложениях. Дискуссионным продолжает оставаться вопрос в отборе содержания, изучаемого материала. Такой взгляд будет интересен специалистам в области теории и методики преподавания математики, действующим преподавателям математики и экономики.

При освоении дисциплины «Математика» не менее 30% времени выделяется на самостоятельную деятельность студентов. Преподавателю необходимо создать студентам условия для эффективного образовательного процесса. В связи с этим возникают определенные вопросы: что, зачем и как, то есть содержание, цели и методические особенности при организации самостоятельной деятельности студентов. Методические особенности организации самостоятельной деятельности студентов, например, по теме

«Производная. Бизнес и экономика. Приложения» заключаются в том, что структура теоретического и практического материала располагается в следующем порядке: 1. Примеры. Выступают в качестве инструментов исследования, которые представлены как графически, так и аналитически, для того чтобы обеспечить более глубокое понимание материала. 2. Контрольные точки. Появляясь после каждого примера, эти новые задачи помогают студентам закрепить материал сразу после того, как он был представлен, или использовать их в качестве контроля изученного материала. 3. Советы по изучению. Помогают студентам избежать распространенных ошибок, рассмотреть особые случаи и расширить теоретический материал. 4. Технология. Упражнения, в которых студентам специально рекомендовано использовать калькулятор или компьютер для решения задач (для простоты сложных расчетов, графических решений и т.д.). 5. Резюме основных бизнес-терминов и формул. Работа с глоссарием по заданному материалу. 6. Упражнения для отработки навыков. Все упражнения касаются бизнес-ситуаций, которые связаны с математическими понятиями: поиск максимального дохода и прибыли; поиск минимальной средней стоимости; изменения доходов и прибыли. 7. Исследовательский проект. Итог самостоятельной деятельности. Предоставляет студентам неограниченную практику для полного овладения материалом. Заставляет студентов применять изученный материал к реальным бизнес-ситуациям.

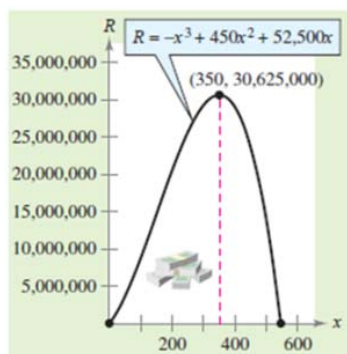


Рисунок 1. Функция дохода.

1. Оптимизация в бизнесе и экономике. Цель – решать задачи оптимизации бизнеса и экономики. Мы живем в конкурентном мире. Конкуренция во всех её формах – это игра повсюду: между культурами, временами, окружающей средой, находится ли экономика на подъёме или в рецессии, это особенно важно в свободной рыночной экономике. Конечная цель – максимизировать эффективность деятельности фирм, компаний.

Пример 1. (Поиск максимального дохода.) Компания определила, что её общий доход (в долларах) для единицы продукта может быть по образцу $R = -x^3 + 450 \cdot x^2 + 52\,500 \cdot x$, где x – количество произведенных (и проданных) единиц. Какой уровень продукции будет получать максимальный доход?

Решение. 1. Эскиз функции дохода показан на рис. 1 (максимальный доход возникает, если $\frac{dR}{dx} = 0$). 2. Уравнение общего дохода в зависимости от количества произведенных (и проданных) единиц продукта данной компании: $R = -x^3 + 450 \cdot x^2 + 52\,500 \cdot x$ – исходное уравнение. 3. Функция R задана как функция от одной переменной. 4. Область определения исходного уравнения: $0 \leq x \leq 546$, определяется путем нахождения точек пересечения с осью OX , как показано на рис. 1. 5. Чтобы максимизировать доход, необходимо найти критические точки, т.е. найти производную и приравнять её нулю:

$$\frac{dR}{dx} = -3x^2 + 900 \cdot x + 52\,500 = 0; \quad -3 \cdot (x - 350) \cdot (x + 50) = 0 \Rightarrow x_1 = 350; x_2 = -50 -$$

критические точки. В допустимой области единственная критическая точка $x = 350$, уровень продукции в 350 единиц соответствует максимальному доходу.

Контрольная точка 1. Найти количество единиц, которые должны быть произведены, чтобы максимизировать доход, для функции $R = -x^3 + 150 \cdot x^2 + 9\,375 \cdot x$. Чему равен максимальный доход? *Ответ:* 125 единиц; максимальный доход равен 1562 500 \$.

Для изучения влияния уровней производства на себестоимость экономисты используют среднюю функцию затрат, которая определяется как $\bar{C} = \frac{C}{x}$ – функция средней стоимости, где $C = f(x)$ – функция общей стоимости, а x – количество произведенных единиц.

Пример 2. (Поиск минимальной средней стоимости.) Компания, оценивая стоимость производства единицы продукта, получила математическую модель $C = 800 + 0,04 \cdot x + 0,0002 \cdot x^2$. Найдите уровень производства, который уменьшает среднюю цену за единицу продукта.

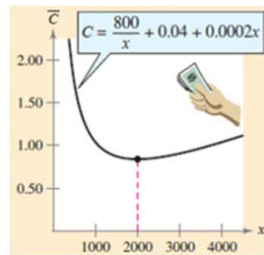


Рисунок 2. Минимальная средняя стоимость возникает

$$\text{при } \frac{d\bar{C}}{dx} = 0.$$

Решение. 1. Пусть C – общая стоимость производства единицы продукта; x – количество произведенных единиц продукта; \bar{C} – средняя стоимость единицы продукта.

2. Используя уравнение $\bar{C} = \frac{C}{x}$, подставляя стоимость производства единицы продукта,

получим: $\bar{C} = \frac{800 + 0,04 \cdot x + 0,0002 \cdot x^2}{x} = \frac{800}{x} + 0,04 + 0,0002 \cdot x$ – функция одной переменной.

4. Допустимая область определения функции $x > 0$. 5. Найдём критические точки, т. е. найти производную и приравнять её к нулю:

$$\frac{d\bar{C}}{dx} = \frac{d\left(\frac{800}{x} + 0,04 + 0,0002 \cdot x\right)}{dx} = -\frac{800}{x^2} + 0,0002 = 0;$$

$$x^2 = \frac{800}{0,0002}; \quad x^2 = 4\,000\,000; \quad x = 2000.$$

Выбирая положительное значение $x = 2000$ и строя график функции \bar{C} , как показано на рис. 2 (по оси OX – количество единиц, по оси OY – средняя стоимость единицы продукта в \$), уровень производства минимизирует $x = 2000$ – средняя стоимость единицы продукта.

Совет по изучению. Чтобы увидеть $x = 2000$, что соответствует минимальной средней стоимости в примере 2, попробуйте оценить среднюю стоимость за единицу продукта \bar{C} для нескольких значений x . Например, когда $x = 400$, то средняя стоимость за единицу продукта $\bar{C} = 2,12 \$$. При $x = 2000$, что соответствует минимальной средней стоимости за единицу продукта, $\bar{C} = 0,84 \$$.

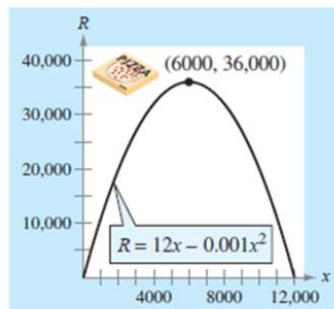


Рисунок 3. Максимальный доход.

Контрольная точка 2. Найти уровень производства, который минимизирует среднюю стоимость за единицу стоимости, $C = 400 + 0,05 \cdot x + 0,0025 \cdot x^2$. *Ответ:* 400 единиц.

Пример 3. (Поиск максимального дохода.) Фирма продаёт 2000 единиц товара в месяц по цене 10 \$ каждая. Она может продать на 250 единиц товара больше в месяц, если снизить цену на 0,25 \$ за единицу товара. Какая цена единиц товара увеличит ежемесячный доход?

Решение. 1. Пусть x – количество проданных единиц товара в месяц, p – цена единицы товара, R – ежемесячный доход. 2. Поскольку доход должен быть максимизирован, то рассмотрим уравнение $R = x \cdot p$. 3. Первоначальные данные: $p = 10 \$$; $x = 200$. По условию задачи $p_1 = 9,75 \$$; $x_1 = 250$. Составим уравнение спроса:

$$p - 10 = \frac{10 - 9,75}{2000 - 2250}(x - 2000); \quad p - 10 = -0,001 \cdot (x - 2000); \quad p = -0,001 \cdot x + 12.$$

Подставляя это значение в уравнение дохода, получим $R = x \cdot p = -0,001 \cdot x^2 + 12 \cdot x$ – функция одной переменной. 4. Допустимой областью определения функции доходов является $0 \leq x \leq 12000$. 5. Чтобы максимизировать доход, найдём критические точки:

$$\frac{dR}{dx} = \frac{d(-0,001 \cdot x^2 + 12 \cdot x)}{dx} = -0,002 \cdot x + 12 = 0; \quad -0,002 \cdot x = -12; \quad x = 6000 - \text{критическая точка.}$$

Из графика на рис. 3 видно (по оси OX – количество единиц, по оси OY – доход в \$), что этот уровень производства даёт максимальный доход. Цена, которая соответствует этому уровню производства, равна $p(6000) = -0,001 \cdot 6000 + 12 = 12 - 6 = 6 \$$.

Совет по изучению. В примере 3 функция общего дохода выражена как функция от x , но можно представить её как функцию от p : $R = 1000(12p - p^2)$, тогда максимальный доход достигается при $p = 6$.

Контрольная точка 3. Найти цену за единицу товара, которая максимизирует ежемесячный доход для фирмы в примере 3, если можно продавать только 200 единиц товара в месяц при снижении цены на 0,25 \$. *Ответ:* 6,25 \$.

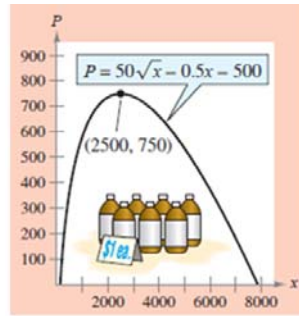


Рисунок 4. Функция прибыли.

Пример 4. (Поиск максимальной прибыли.) Отдел маркетинга определил, что спрос на продукт смоделирован как функция $p = \frac{50}{\sqrt{x}}$. Стоимость производства для x единиц продукта определяется как $C = 0,5x + 500$. Какая цена даёт максимальную прибыль?

Решение. 1. Пусть R – представляет доход, P – прибыль, p – цена за единицу продукта, x – число единицы продукта и C – общая стоимость производства x единиц продукта. 2. Поскольку максимизируем прибыль, то $P = R - C$. 3. Так как $R = x \cdot p$, то функция прибыли имеет вид:

$$P = R - C = x \cdot p - (0,5x + 500) = x \cdot \left(\frac{50}{\sqrt{x}} \right) - 0,5x - 500 = 50\sqrt{x} - 0,5x - 500$$
 – функция одной переменной.

4. Допустимая область определения функции $127 < x \leq 7872$ (когда x меньше 127 или больше 7872, прибыль отрицательная). 5. Чтобы максимизировать прибыль, необходимо найти критические точки: $\frac{dP}{dx} = \frac{25}{\sqrt{x}} - 0,5 = 0$; $\sqrt{x} = 50$;

$x = 2500$ – критическая точка. Из графика функции прибыли, показанной на рис. 4 (по оси OX – количество единиц, по оси OY – прибыль в \$), вы можете видеть, что максимальная прибыль возникает при $x = 2500$, тогда цена соответствует

$$p = \frac{50}{\sqrt{x}} = \frac{50}{\sqrt{2500}} = \frac{50}{50} = 1 \$.$$

Контрольная точка 4. Найдите цену, которая будет максимизировать прибыль при заданных функция спроса и затрат: $p = \frac{40}{\sqrt{x}}$; $C = 2x + 50$. *Ответ:* 4 \$.

Совет по изучению. Чтобы найти максимальную прибыль в примере 4, уравнение $P = R - C$ дифференцируется и приравнивается к нулю. Из уравнения $\frac{dP}{dx} = \frac{dR}{dx} - \frac{dC}{dx} = 0$ следует, что максимальная прибыль возникает тогда, когда предельная выручка равна предельной себестоимости, как показано на рис. 5 (по оси OX – количество единиц, по оси OY – доходы и расходы в \$).

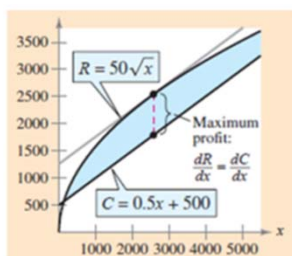


Рисунок 5. Предельные доходы и предельные издержки.

Технология. Используя любые графические программы, постройте график функции дохода $R(x) = x\sqrt{400 - x}$ и приближение касательной линии $y = \frac{4}{3}(x - 256) + 3072$ в диапазоне $250 \leq x \leq 260$; $3065 \leq y \leq 3080$. Объясните, почему две кривые окажутся почти идентичными. Где кривые пересекаются?

2. Бизнес-термины и формулы. Цель – распознавать основные бизнес-термины и формулы.

x – количество единиц продукта	p – текущая цена единицы продукта	$R = x \cdot p$ – общая выручка от продажи x единиц продукта
C – общая стоимость производства x единиц продукта	$P = R - C$ – общая прибыль от продажи x единиц продукта	$\bar{C} = \frac{C}{x}$ – средняя стоимость x единиц продукта
$\frac{dR}{dx}$ – предельный доход \approx дополнительный доход от продажи одной дополнительной единицы продукта		
$\frac{dC}{dx}$ – предельные издержки \approx дополнительные затраты на производство одной дополнительной единицы продукта		
$\frac{dP}{dx}$ – предельная прибыль \approx дополнительная прибыль от продажи одной дополнительной единицы продукта.		

3. Упражнения для отработки навыков. Цель – решать различные типы задач. В упражнениях 1-3 найдите предельный доход, предельные затраты или предельную прибыль. 1. $C = 650 + 1,2 \cdot x + 0,003 \cdot x^2$; 2. $P = 0,01 \cdot x^2 + 11 \cdot x$; 3. $R = 14 \cdot x - \frac{x^2}{2000}$.

Упражнения 4-10. Предельный анализ. Использовать дифференциалы для вычисления приближённых изменений затрат, доходов или прибыли к увеличению продаж одной единицы продукта. В упражнении 4 приближённое изменение стоимости по мере увеличения x с 12 до 13 единиц продукта. Постройте графики функций и используйте их для проверки полученных результатов. 4. $C = 0,05x^2 + 4x + 10$; $x = 12$. 5. $R = 30x - 0,15x^2$; $x = 75$. 6. $C = -0,5x^3 + 2500x - 6000$; $x = 50$.

7. Продажи. Продажи компании Procter & Gamble в период с 2001 по 2006 годы выражаются математической моделью: $S = 1,09312 \cdot t^2 - 1,8682 \cdot t + 39,831$; $1 \leq t \leq 6$, где t – год, $t = 1$ – соответствующий 2001 году и т. д. (S – миллиарды \$ в год). (Источник: Компания Procter & Gamble). а) В течение какого года, с 2001 по 2006 год,

продажи *Procter & Gamble* растут быстрее всего? б) В течение какого года продажи увеличивались при самом низком тарифе? в) Найдите темпы роста или снижения за каждый год. г) Постройте график функции продаж.

4. Исследовательский проект. Итог самостоятельной деятельности. Цель – расширенные приложения, более углубленные, прикладные задачи, требующие от студентов работать с большими наборами данных; включать в работу создание и анализ моделей. Выберите инновационный продукт (или сервисную услугу). Используя различные источники информации, исследуйте историю продукта. Выполните сбор данных о выручке, которая получается при реализации продукта. Проанализируйте информацию, составьте математические модели. Подведите итоги. Создайте презентацию проекта.

Список литературы

1. Блау С. Л. Финансовая математика : учебник для студ. учрежд. сред. проф. образования / С. Л. Блау, С. Г. Григорьев. – М. : ИЦ Академия, 2013. – 192 с.
2. Блау С. Л. Финансовая математика. Практикум : учеб. пособие для студ. учрежд. сред. проф. образования. – М. : ИЦ Академия, 2011. – 208 с.
3. Бочаров П. П. Финансовая математика : учебник. – М. : Физматлит, 2007. – 576 с.
4. Брусов П. Н. Финансовая математика : учеб. пособие / П. Н. Брусов, П. П. Брусов, Н. П. Орехова. – М. : КноРус, 2013. – 224 с.
5. Жуленев С. В. Элементарная финансовая математика. – М. : МГУ, 2014. – 96 с.
6. Касимов Ю. Ф. Финансовая математика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Люберцы : ЮРАЙТ, 2016. – 459 с.
7. Копнова Е. Д. Финансовая математика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – Люберцы : ЮРАЙТ, 2016. – 413 с.
8. Малыхин В. И. Финансовая математика. – М. : Ленанд, 2015. – 232 с.
9. Попов В. М. Финансовая математика. С задачами и решениями : учеб.-метод. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 384 с.
10. Самаров К. Л. Финансовая математика: сборник задач с решениями : учеб. пособие. – М. : АЛЬФА-М, ИНФРА-М, 2011. – 80 с.
11. Саркисов А. С. Финансовая математика: Теория процентов в задачах и упражнениях. Около 500 примеров и тренировочных задач. – М. : Ленанд, 2016. – 304 с.
12. Четыркин Е. М. Финансовая математика : учебник. – М. : ИД Дело РАНХиГС, 2011. – 392 с.
13. Biehler, Timothy J. The mathematics of money : math for business and personal finance decisions / Timothy J. Biehler. – 1st ed.p. cm. – 2008. – 690 p.
14. Dirk Mateer and Lee Coppock. Essentials of Economics W. W. Norton & Company. – 2015. – 656 p.
15. Eric A Hanushek and F. Welch. Handbook of the Economics of Education, Volume 1. North Holland. – 2006. – 700 p.
16. Irvin B. Tucker. Economics for Today, 7 edition/ – 2010. – 928 p.
17. Mathematical Excursions, Third Edition. Richard N. Aufmann, Joanne S. Lockwood, Richard D. Nation, Daniel K. Clegg. Brooks/Cole 20 Davis Drive Belmont, CA 94002 – 3098, USA. – 2013. – 1010 p.
18. N. T. Somashekar. Banking. New Age International Pvt Ltd Publishers. – 2009. – 377 p.

G. A. Kirichek *

** Kirichek Galina Anatolevna, Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

**METHODICAL PECULIARITIES OF ORGANIZATION
OF STUDENTS'S INDEPENDENT ACTIVITY OF ECONOMIC SPECIALTIES
ON THE THEME «DERIVATIVE. BUSINESS AND ECONOMY. APPENDICES»**

*«Mathematics brought rigor to economics»
Kenneth Boulding*

Key words: methodological features, independent activity, derivative, business, economics.

The actual problem of organization of independent activity of students is considered. The author seeks to follow the process of independent activity of students of economic specialties on the topic «Derivative. Business and economics. Applications.» Summarizing practical experience, the methodical features are distinguished and described, consisting in the fact that the structure of theoretical and practical material is arranged in the following order: 1. Examples. They act as research tools, which are presented graphically and analytically, in order to provide a deeper understanding of the material. 2. Checkpoints. Tasks that help students consolidate the material right after it was introduced, or use them as a control, studied material.

3. Tips for studying. Help students avoid common mistakes, consider special cases and expand theoretical knowledge. 4. Technology. Exercises in which students are specifically encouraged to use a calculator (computer) to solve exercises. 5. Summary of the main business terms and formulas. Work with the glossary. 6. Exercises for practicing skills. Exercises relating to business situations that involve mathematical concepts. 7. Research project. The result of independent activity of students is to apply the studied material to real business situations. Considerable attention is paid to the content of study assignments, which are based on economic applications. The matter of selecting the content of the studied material is still under discussion. This view will be of interest to specialists in the field of theory and methodology of teaching mathematics, acting teachers of mathematics and economics.

© Киричек Г. А., 2018

УДК 51

Т. В. Никитенко*

*Никитенко Татьяна Владимировна, кандидат физико-математических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_vm@tolgas.ru

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИЗУЧЕНИЯ СВЯЗИ СУММАРНОГО ИТОГА И ЧИСЛА ЭКСПЕРИМЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Ключевые слова: последовательность независимых одинаково распределенных случайных величин, закон повторного логарифма.

В последовательности повторяющихся экспериментов одной и той же деятельности составы действий и взаимодействий варьируют, и заранее результат эксперимента непредсказуем. Так, экспериментальные данные изучения свойств экономических объектов носят случайный характер и описываются некоторой случайной величиной. Чаще всего эксперименты проводятся в одинаковых условиях. Поэтому описание экспериментальных данных производится в виде последовательности X_1, X_2, \dots независимых одинаково распределенных случайных величин.

Суммарный итог проведенных n экспериментов описывается случайной величиной $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Наблюдаются закономерности поведения нормированных суммарных итогов при большом числе данных экспериментов. Предельные теоремы широко применяются для анализа экономической информации с целью выработки обоснованных управляющих решений.

В данной работе указывается одно из предельных свойств суммарного итога экономического процесса.

На последовательность независимых одинаково распределенных случайных величин, заданных на вероятностном пространстве (Ω, F, P) накладываются условия:

$$MX_1 = 0, \quad MX_1^2 = 1, \quad M|X_1|^{2+p} < \infty \quad (1)$$

для некоторого $p > 0$. Обозначим $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Пусть $y \in (0, 1)$, $f(x)$ - положительная, неубывающая функция, определенная на R .

Тогда существует последовательность целых чисел N_1, N_2, \dots такая, что $N_r \rightarrow \infty$ при $r \rightarrow \infty$ и для почти всех $\omega \in \Omega$ найдется $r_0 = r_0(\omega, y, f) < \infty$ такое, что неравенство

$$S_n(\omega) < \sqrt{2yn \ln \ln n} \quad (2)$$

выполняется в любом интервале вида $N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{-0.5} (f(N_r))^{-1}$ при $r > r_0$.

Теорема. Пусть X_1, X_2, \dots – последовательность независимых одинаково распределенных случайных величин, заданных на вероятностном пространстве (Ω, F, P) , причем

$$MX_1 = 0, \quad MX_1^2 = 1, \quad M|X_1|^{2+p} < \infty \quad (1)$$

для некоторого $p > 0$. Обозначим $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Пусть $y \in (0, 1)$, $f(x)$ – положительная, неубывающая функция, определенная на R .

Тогда существует последовательность целых чисел N_1, N_2, \dots такая, что $N_r \rightarrow \infty$ при $r \rightarrow \infty$ и для почти всех $\omega \in \Omega$ найдется $r_0 = r_0(\omega, y, f) < \infty$ такое, что неравенство

$$S_n(\omega) < \sqrt{2yn \ln \ln n} \quad (2)$$

выполняется в любом интервале вида $N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{-0.5} (f(N_r))^{-1}$ при $r > r_0$.

Доказательство. Сумму независимых одинаково распределенных случайных величин сравнивают с суммой независимых стандартно нормальных распределенных случайных величин. Воспользуемся частным случаем теоремы Майора [11].

Лемма 1. Пусть выполняются условия теоремы. Тогда существует вероятностное пространство, на котором можно построить последовательность независимых случайных величин $\hat{X}_1, \hat{X}_2, \dots$ имеющих общую функцию распределения $F(x) = P(\hat{X}_1 < x) = P(X_1 < x)$, и последовательность независимых случайных величин Y_1, Y_2, \dots , имеющих стандартное нормальное распределение, такие, что суммы $\hat{S}_n = \sum_{i=1}^n \hat{X}_i$, $W_n = \sum_{i=1}^n Y_i$ удовлетворяют соотношению

$$\hat{S}_n - W_n = o\left(n^{\frac{1}{2+p}}\right) \text{ п.н.} \quad (3)$$

Пусть $n_k = \left\lceil e^{\frac{k}{\ln k}} \right\rceil$, $m = m(k) = \lceil 4 \ln k \ln \ln k \rceil$, $K = K(L) = \lceil 4L^y (\ln L)^{0.5-y} (f(L))^{-1} \rceil$.

Для любого n найдется целое число $k = k(n)$, при котором $n_{k-1} < n \leq n_k$.

Введем обозначения

$$\alpha_k = \sqrt{2(n_k - n_{k-m}) \ln \ln n_k},$$

$$\Gamma_k = \max_{n_{k-m} < n \leq n_k} \frac{1}{\alpha_k} (S_n - S_{n_{k-m}}),$$

$$P_k = P\left(\Gamma_k \geq \sqrt{y - 8\sqrt{y}} : \ln k\right).$$

Докажем, что

$$\lim_{L \rightarrow \infty} \sum_{k=L+1}^{L+K} P_k = 0. \quad (4)$$

Пусть ε – положительное сколь угодно малое число. В силу леммы 1 для почти всех ω найдется $\bar{n} = \bar{n}(\omega) < \infty$, такое, что

$$|\hat{S}_n(\omega) - W_n(\omega)| < \varepsilon n^{\frac{1}{2+p}} \text{ при } n > \bar{n}.$$

Введем события

$$\Omega_L = \left\{ \omega : \bar{n}(\omega) < n_{L-m(L)} \right\},$$

$$D_k = \left\{ \max_{n_{k-m} \leq n \leq n_k} (\hat{S}_n - \hat{S}_{n_{k-m}}) \geq \alpha_k \sqrt{y - 8\sqrt{y}} : \ln k \right\}.$$

Если $L+1 \leq k \leq L+K(L)$, то $P(D_k \cap \Omega_L) \leq P\left(\max_{n_{k-m} \leq n \leq n_k} (W_n - W_{n_{k-m}}) \geq \alpha_k \sqrt{y-8: \ln k}\right)$.

Применим теорему 14 гл. 3 [5]. Имеем $P(D_k \cap \Omega_L) \leq 2P(W_{n_k} - W_{n_{k-m}}) \geq \alpha_k \sqrt{y-8: \ln k}$

Тогда $P(D_k \cap \Omega_L) = 2\Phi\left(\sqrt{y-8: \ln k} \cdot \sqrt{2 \ln \ln n_k}\right)$, где $\Phi(x)$ – функция распределения стандартного нормального закона. В силу асимптотической эквивалентности

$$1 - \Phi(x) \approx \frac{1}{\sqrt{2\pi x}} e^{-\frac{x^2}{2}} \text{ при } x \rightarrow \infty \tag{5}$$

имеем

$$P(D_k \cap \Omega_L) \leq c_1 (\sqrt{y} k^y)^{-1} (\ln k)^{y-0.5}, \tag{6}$$

где c_1 – положительная постоянная.

В силу леммы 1

$$P_k = P(D_k), \bar{\Omega}_{L+1} \subset \bar{\Omega}_L \text{ и } \sum_L P(\bar{\Omega}_L) = A < \infty. \tag{7}$$

Здесь и далее \sum_L означает суммирование по всем достаточно большим L .

Из (6) и (7) вытекает, что

$$\sum_{K=L+1}^{L+K(L)} P_k \leq \sum_{K=L+1}^{L+K(L)} P(D_k \cap \Omega_L) + K(L) P(\bar{\Omega}_L) \leq \frac{8c_1}{\sqrt{y} f(L)} + \frac{4A(\ln L)^{-y+0.5}}{L^{1-y} f(L)}.$$

Так как $\lim_{L \rightarrow \infty} \frac{8c_1}{\sqrt{y} f(L)} + \frac{4A(\ln L)^{-y+0.5}}{L^{1-y} f(L)} = 0$, то (4) доказано.

Введем случайные величины $W_L = \sum_{K=L+1}^{L+K(L)} I\left(T_k \geq \sqrt{y-8\sqrt{y}: \ln k}\right)$, где I – индикатор события.

Заметим, что $W_L \geq 0$, $MW_L = \sum_{K=L+1}^{L+K(L)} P_k$,

$$\{W_L = 0\} = \left\{ \forall k \in [L+1, L+K(L)], T_k < \sqrt{y-8\sqrt{y}: \ln k} \right\}.$$

В силу неравенства Чебышева и утверждения (4) получим $P(W_L \geq \varepsilon) \leq \frac{1}{\varepsilon} M(W_L) \rightarrow 0$ при $L \rightarrow \infty$ и $\varepsilon > 0$. Следовательно, $W_L \xrightarrow{P} 0$ при $L \rightarrow \infty$. Поэтому существует последовательность целых чисел L_1, L_2, \dots такая, что $L_r \rightarrow \infty$ и $W_{L_r} \rightarrow 0$ п.н. при $r \rightarrow \infty$. Таким образом, для почти всех $\omega \in \Omega$ существует $r'(\omega) < \infty$, что при $r > r'(\omega)$ в интервале вида

$$L_r + 1 \leq k \leq L_r + K(L_r) \tag{8}$$

выполняется неравенство

$$T_k(\omega) < \sqrt{y-8\sqrt{y}: \ln k}. \tag{9}$$

В силу теоремы Хартмана – Винтнера [15] имеем: $\limsup \frac{|S_n|}{\sqrt{2n \ln \ln n}} = 1$ п.н.

Функции $n_{k-m} \ln \ln n_{k-m} (\ln k)^k$ и $n \ln \ln n$ эквивалентны при $n \rightarrow \infty$. Тогда для почти всех $\omega \in \Omega$ существует $\bar{k}(\omega) < \infty$, такое, что выполняется неравенство

$$S_{n_{k-m}}(\omega) \leq \frac{2\sqrt{2n \ln \ln n}}{(\ln k)^2} \quad (10)$$

при $k > \bar{k}(\omega)$.

Неравенство $e^x \leq 1 + 2x$ выполняется при $x \in (0, 1)$. Используем выбор последовательности n_k . Тогда

$$\frac{n_k}{n_{k-1}} \leq e^{\frac{2}{\ln k}} \leq 1 + \frac{4}{\ln k}. \quad (11)$$

При достаточно больших значениях k выполняется неравенство

$$\frac{\ln \ln n_k}{\ln \ln n_{k-1}} \leq 1 + \frac{4}{\ln k}. \quad (12)$$

Пусть $L_r > \max\{\bar{k}(\omega), L_{r'(\omega)}\}$. При этом выборе $k(n)$ попадает в интервал вида (8). Тогда выполняются неравенства (9) и (10). Имеет место последовательность неравенств

$$\begin{aligned} \frac{S_n(\omega)}{\sqrt{2n \ln \ln n}} &\leq \frac{S_{n_{k-m}}(\omega)}{\sqrt{2n \ln \ln n}} + T_k(\omega) \sqrt{\frac{n_k - n_{k-m}}{n}} \sqrt{\frac{\ln \ln n_k}{\ln \ln n}} \leq \frac{2}{(\ln k)^2} + \sqrt{y - \frac{8\sqrt{y}}{\ln k}} \sqrt{\frac{n_k}{n_{k-1}}} \sqrt{1 + \frac{4}{\ln k}} \leq \\ &\leq \frac{2}{(\ln k)^2} + \left(\sqrt{y} - \frac{4}{\ln k}\right) \left(1 + \frac{4}{\ln k}\right) \leq \sqrt{y}. \end{aligned}$$

Итак, в интервале вида (8) выполняется неравенство (2). Определим интервал значений $\ln n$. Пусть $N_r = [(L_r + 1) : \ln(L_r + 1)]$.

Справедливо неравенство

$$\frac{L_r + K(L_r)}{\ln(L_r + K(L_r))} - \frac{L_r + 1}{\ln(L_r + 1)} \geq \frac{K(L_r)}{2 \ln(L_r + 1)} \geq N_r^y (\ln N_r)^{0.5} (f(N_r))^{-1}.$$

Следовательно, если $N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{0.5} (f(N_r))^{-1}$, то $k(n)$ удовлетворяет неравенству (8). Теорема доказана.

Список литературы

1. Власов В. А. Игровая концепция принятия решений в экономических задачах со случайными исходами / В. А. Власов, С. И. Алексеев, Р. И. Сорока, А. О. Толоконский // Экономика, статистика и информатика. – 2014. – № 4.
2. Воронцовский А. В. Управление риском. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та: ОЦЭиМ, 2004. – 457 с.
3. Колемаев В. А., Калинина В. Н. Теория вероятностей в экономике. – М. : Изд-во МИУ, 1989.
4. Льюис К. Д. Методы прогнозирования экономических показателей. – М. : Финансы и статистика, 1986.
5. Петров В. В. Предельные теоремы для сумм независимых случайных величин. – М. : Наука 1987.
6. Ширяев А. Н. Вероятность. – М. : Наука, 1989.
7. Феллер В. Введение в теорию вероятностей и ее приложения : пер. с англ. Т. 1-2. – 2-е изд. – М. : URSS, 2010.

8. Vlasov V. A. Game approach to the problem of resource allocation. Scientific session MEPhi 2013, Volume 3. – M., 2013.
9. Dirbin J. Distribution theory for tests based on the sample distribution function SLAM, 1973.
10. Lindqvist B., Doksum K. A. Mathematical and Statistical methods in Reliability. – Singapore: World Scietific Polishing, 2003.
11. Major P. The approximation of partial sums of independent RV, s // z. Wahrscheinlichkeitstheorie verw. Geb – 1976. – Bd. 35. – № 3.
12. Pruitt W. E. General one – sided laws of the iterated logarithm // Ann. Probab. – 1981. – V. 9. – № 1.
13. Rosalsky A. On the converse to the iterated logarithm law // Sankhya. – 1980 – V.A 42. – № 1-2.
14. Schatte P. On the value distribution of sums of random variables // Теория вероятностей и ее применение. – 1988. – Т. 33. – № 4.
15. Hartman P., Winther A. On the law of the iterated logarithm // Amer. J. Math. – 1941. – V. 63. – № 1.

T.V. Nikitenko*

* *Nikitenko Tatyana Vladimirovna, Candidate of Physico-Mathematical Sciences, Associate Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

INSTRUMENTATION OF STUDYING THE COMMUNICATION OF THE TOTAL RESULT AND THE NUMBER OF THE ECONOMIC PROCESS EXPERIMENTS

Keywords: a sequence of independent identically distributed random variables, the law of the iterated logarithm.

In the sequence of repeated experiments of the same activity, the compositions of actions and interactions vary, and the result of the experiment is unpredictable in advance. Thus, experimental data on the study of the properties of economic objects are of a random nature and are described by some random variable. Most often, experiments are conducted under the same conditions. Therefore, the description of the experimental data is produced in the form of a sequence of X_1, X_2, \dots independent identically distributed random variables.

The total result of the experiments is described by a random variable $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Regularities of the behavior of the normalized summary results are observed with a large number of experimental data. Limit theorems are widely used for the analysis of economic information in order to develop sound management decisions.

In this paper, one of the limiting properties of the total outcome of the economic process is indicated.

A sequence of independent identically distributed random variables defined on a probability space (Ω, F, P) imposes the following conditions:

$$MX_1 = 0, \quad MX_1^2 = 1, \quad M|X_1|^{2+p} < \infty \quad (1)$$

for $p > 0$. We denote $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Let $y \in (0, 1)$, $f(x)$ be a positive, nondecreasing function defined on R .

Then there is a sequence of integers N_1, N_2, \dots such that $N_r \rightarrow \infty$ when $r \rightarrow \infty$ and for almost all $\omega \in \Omega$ there is such $r_0 = r_0(\omega, y, f) < \infty$ that the inequality

$$S_n(\omega) < \sqrt{2yn \ln \ln n} \quad (2)$$

holds in any interval of the form $N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{-0.5} (f(N_r))^{-1}$ when $r > r_0$.

Дискуссии и обсуждения

УДК 87.17.03

М.В. Пыршева***Пыршева Марина Валерьевна, кандидат биологических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г.о. Тольятти*

kaf_oitd@tolgas.ru

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ РАЗБАЛАНСИРОВКИ
ПЛАНЕТАРНОЙ КЛИМАТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

Ключевые слова: климатические изменения, глобальное потепление, климатическое регулирование, климатическая система, парниковые газы, погодные аномалии, заболеваемость населения, экономический ущерб.

Приближение глобального экологического кризиса выражается в существовании экологических проблем разного масштаба и уровня. Одна из них связана с изменением планетарной климатической системы. Данная работа и посвящена изучению этой актуальной проблемы современности. Глобальные изменения климата и их последствия для населения и экономики мира стали целью и предметом исследования статьи. Само исследование осуществлялось с помощью разнообразных методов, главными из которых стали: аналитический, статистический, системный. Теоретической и методологической базой исследования послужили результаты трудов отечественных и зарубежных ученых. Практическая значимость работы состоит в том, что исследования были проведены на основе наметившихся мировых тенденций по глобальному климатическому регулированию и обобщения имеющегося опыта международного сотрудничества в этой области. Основные положения, определяющие новизну работы, могут быть использованы в учебном процессе при изучении курса «Природопользование».

Изменения, происходящие в глобальной планетарной климатической системе, стали элементом новой реальности, к которой приходится приспосабливаться всему человечеству и мировой экономической системе. Дальнейшее развитие многих отраслей экономики мира (транспортного комплекса, энергетики, строительства, агропромышленного комплекса) напрямую зависит от дальнейших климатических изменений. Международное сотрудничество по этой проблеме стало необходимым элементом для предупреждения негативных последствий от происходящих изменений для хозяйственного комплекса мира. В мировой практике глобальные изменения климата принято рассматривать с точки зрения глобального потепления, так как за последние сто лет (1906–2006 гг.), по статистическим сведениям, изложенным в четвертом оценочном докладе ИРПС, температура на планете увеличилась на 0,74°C. Но в мировой климатической системе происходят и другие качественные изменения: меняется ее химический состав за счет увеличения выбросов парниковых и других газов антропогенного происхождения, пыли; возрастает число погодных аномалий; трансформируются агроклиматические характеристики территории и т.д. В научных кругах постоянно происходят дискуссии о причинах таких изменений. Существуют научные гипотезы, в которых в качестве основных причин происходящих изменений климата, рассматривается антропогенный фактор, и имеющиеся климатические сдвиги в планетарной системе связывают с выбросами парниковых газов. Сторонники этой научной теории предлагают решить проблему за счет сокращения выбросов таких газов с целью стабилизации мировой климатической системы. Существует другая научная гипотеза, в соответствии с кото-

рой происходящие изменения не связывают с хозяйственной деятельностью человека, их рассматривают как результат действия естественных природных процессов. Противоборство приверженцев существующих гипотез до сих пор остается достаточно острым, поскольку обе стороны спора приводят свои достаточно весомые доказательства, в то же время для всех очевидно, что климатическая система достаточно сложно устроена, чтобы можно было характеризовать ее изменения столь однозначно. Доминирующее положение в международном климатическом регулировании получила теория о приоритетности антропогенного воздействия на климат планеты, поэтому главные международные соглашения (Рамочная конвенция ООН по изменению климата, Киотский протокол, посткиотские соглашения, Парижское соглашение) основываются на мерах по снижению антропогенного воздействия человека на природу. Очевидным является тот факт, что причины изменения климата на планете до конца не ясны, поэтому существующие прогнозы относительно возможных последствий этих изменений различаются, преподнесение результатов этих прогнозов осуществляется также неоднозначно. Обычно, разработчики прогнозов, учитывающие сложность климатической системы, заранее предупреждают о высокой степени неопределенности в разработанных ими моделях. Лоббисты, журналисты и другие популяризаторы, не являющиеся специалистами в этой области, упрощают ситуацию, не делая поправок на неопределенность будущих сценариев развития событий.

В результате мы имеем широкий разброс сценариев относительно последствий изменения климата на планете, что не позволяет сделать правильные выводы о реальной картине происходящего. В результате вероятные тенденции будущего ученые ограничивают характеристикой основных направлений возможного воздействия климатических изменений на планетарную систему. По существующим прогнозам изменения климата окажут значительное воздействие на развитие отраслей агропромышленного комплекса мирового хозяйства. Так, например, в высоких широтах при подъеме температуры на 3°C продуктивность сельскохозяйственных угодий будет увеличиваться, но при дальнейшем росте температуры в нижних слоях атмосферы она будет снижаться. В низких широтах картина будет другой – даже при небольшом увеличении здесь температуры урожаи будут сокращаться. Другим следствием глобального потепления климата является изменение гидрологического режима водных объектов, увеличивается частота экстремальных погодных явлений, что также негативно сказывается на развитии сельскохозяйственного производства отдельных стран. По данным одного из наиболее авторитетных экономистов мира Л. Брауна, занимающегося проблемами изменения климата, повышение температуры всего на 1°C приведет к среднемировому сокращению урожайности таких значимых для населения планеты сельскохозяйственных культур, как пшеница, рис, кукуруза на 10%.

В результате глобального потепления уже сейчас ученые наблюдают процесс таяния ледников планеты. Значительно сократилась площадь ледников в горах, откуда берут начало многие реки мира, уменьшилась площадь паковых льдов в Арктике, наблюдается активное таяние ледяного панциря острова Гренландия. Следствием происходящих изменений будут являться подъем уровня Мирового океана, рост числа ураганов, наводнений и других стихийных бедствий; создаваться угроза жизни человека и его хозяйственной деятельности. В наибольшей степени пострадают островные государства, которые могут быть затоплены полностью (Мальдивы, Тувалу) и прибрежные материковые страны, расположенные на низменностях (например, Бангладеш, Нидерланды, Дания и др.), а затопление дельт крупных рек Восточной и Юго-Восточной Азии может иметь серьезные негативные последствия в связи с тем, что здесь выращивается значительная часть риса мира. Повышение температуры и рост природных катаклизмов на планете могут привести к росту заболеваемости населения, увеличению смертности.

Это будет связано, с одной стороны, со сложностью приспособления человеческого организма к изменившимся погодным условиям, с другой – со снижением количества получаемой сельскохозяйственной продукции в отдельных странах и регионах мира. Одновременно потепление климата окажет положительное воздействие на жизнедеятельность и здоровье населения тех стран, которые расположены в высоких широтах, в связи со смягчением климатических характеристик территории в зимний период. Отрицательный эффект от потепления может быть проявлен в тропических странах, где возможен рост заболеваемости в результате увеличения ареалов распространения таких тропических заболеваний как лихорадка денге, малярия, желтая лихорадка. В некоторых наиболее отсталых странах, где мерам по профилактике этих заболеваний не уделяется должного внимания, вероятность заражения ими сильно увеличивается и к 2080 году количество заболевших в них составит 200 млн человек. Имеющиеся климатические изменения приведут к дефициту пресной воды, запасы которой уже сейчас сильно ограничены в маловодных регионах мира. В условиях существующего экономического и демографического роста по прогнозам некоторых ученых уже к 2030 году дефицит водных ресурсов почувствуют 3,9 млрд человек, а к 2050 году – 2/3 жителей планеты. Особенно остро проблема недостатка водных ресурсов проявит себя в Средиземноморских странах, в странах Южной Африки, северо-востоке Бразилии, западе США. Трансформация климата обязательно отразится на функционировании многих экосистем планеты. Изменится их структура и географическое распространение. При дальнейшем росте температуры пострадает биота планеты. Так, по статистическим данным IPCC, при увеличении среднегодовой температуры атмосферы на 1,5-2,5°C на Земле могут исчезнуть от 20 до 30% видов растений и животных. По мере накопления климатических изменений их последствия будут проявляться всё сильнее. В последние годы некоторые из них уже наблюдаются в различных странах мира, в том числе в Российской Федерации. В современный период увеличилось количество природных катастроф (наводнений, ураганов, смерчей); расширился ареал обитания некоторых паразитов, в том числе энцефалитного клеща, являющегося причиной такого опасного заболевания, как клещевой энцефалит; увеличилось отрицательное влияние высоких температур на здоровье жителей некоторых стран Южной и Западной Европы, где в последние годы наблюдаются очень высокие летние температуры т.д.

Экономические последствия от глобального потепления определяются через экономический ущерб, имеющий место в различных секторах экономики. Существующие оценки экономического ущерба от глобальных климатических изменений сильно различаются своими результатами. Например, по методу Нордхауза, ущерб от потепления может достичь 1-1,5% мирового ВВП при подъеме температуры на 1-2°C, в модели Мендельсона такое изменение приведет к незначительному увеличению ВВП. Несмотря на значительную разницу существующих оценок можно сделать некоторые обобщенные выводы относительно экономического ущерба от имеющихся климатических изменений. Во-первых, предельно допустимый уровень потепления, который человечество не должно превысить, предполагает рост температуры на 2°C по сравнению с доиндустриальным периодом развития. Во-вторых, ущерб от изменений климата будет сильно различаться в отдельных странах и регионах мира. Самые высокие его показатели будут наблюдаться в низких широтах. Например, для государств Африки он составит 4,1% ВВП при подъеме температуры на 2,5°C.

Исходя из имеющихся проблем становится очевидной необходимость принятия международным сообществом конкретных мер, направленных на противодействие климатическим изменениям. Возникла острая необходимость в международном климатическом регулировании.

Список литературы

1. Арутюнов В. С. Глобальное потепление: катастрофа или благо? // Химия и жизнь XXI век. – 2007. – № 3. – С. 16-22.
2. Боечин И. Что век текущий нам готовит? // Техника – молодежи. – 2007. – № 3. – С. 4-7.
3. Браун Л. Как избежать климатических катастроф? План Б 4.0: Спасение цивилизации. – М., 2010. – С. 91.
4. Волкова И. Н. Экоцикл: глобальное и локальное в устойчивом равновесии природы // Экология и жизнь. – 2006. – № 5. – С. 3-9.
5. Данилов-Данильян В. И. Причины и уроки торфяных и лесных пожаров 2010 года // Экология и жизнь. – 2010. – № 10. – С. 20-28.
6. Елдышев Ю. Н. Виновник глобального потепления – метан? // Экология и жизнь. – 2007. – № 11. – С. 45-47.
7. Елдышев Ю. Н. «Закон глобального потепления» и его удивительные следствия // Экология и жизнь. – 2009. – № 11-12. – С. 81-90.
8. Елдышев Ю. Н. Здоровая среда – основа здоровья // Экология и жизнь. – 2008. – № 4. – С. 80-86.
9. Кляшторин Л. Б., Любушин А. А. Циклические изменения климата и рыбопродуктивности. – М. : Изд-во ВНИРО, 2005. – 235 с.
10. Оценочный доклад об изменениях климата и их последствиях на территории Российской Федерации. Общее резюме / Росгидромет. – М., 2011.
11. Порфирьев Б. Н. Экономика климатических изменений. – М., 2008. – С. 35.
12. Юлкин М. А. Плюсы углеродного рынка // Независимая газета. – 14.02.2012.
13. Clio Y.-K., Kim K. Two modes of the salinity minimum layer water in the Ulleung Basin // La Mer. – 1994. – V. 32. – P. 271-278.
14. Climate change: the physical science basis. Contribution of WG-1 to the 4th Assessment Report of IPCC. – Cambridge and New York: Cambridge Univ. Press, 2007. – 846+46 pp.
15. Cushing D. H. The dependence of recruitment on parent stock in different groups of fishes // J. Const. Int. Explor. Mer. – 1971. – V. 33. – P. 340-362.
16. Cushing D. H., Harris J.G.K. Stock and recruitment and the problem of density dependence // Rapp. Process-Verb. Cons. Int. Explor. Mer. – 1973. – N. 164. – P. 142-155.
17. Franks P.J.S., Chen C.S. Plankton production in tidal fronts: a model of Georges Bank in summer // J. Mar. Res. – 1996. – V. 54. – P. 631-651.
18. Hahn S. D. Estimation of mean volume transport for Tsushima Warm Current // Bull. Fish. Res. Dev. Agency. – 1991. – N 45. – P. 23-29.
19. Henson S., Dunne J. P., Sarmiento J. L. Decadal changes in North Atlantic phytoplankton blooms // Abst. Int. Symp. «Effects of climate change on the World's Oceans». – Gijon (Spain), 2008. – P. 133.
20. Kang D.-J., Kim K., Kim K.-R. The past, present and future of the East/Japan Sea in change: a simple moving-boundary box model approach // Progress in Oceanography. – 2004. – V. 61. – № 2-4. – P. 175-192.
21. Katoh O. Process of Tsushima Current formation revealed by ACDP measurements in summer // J. Oceanogr. – 1996. – V. 52. – P. 491-507.
22. Summary for Policymakers, A Report of Working Group I of IPCC (Shanghai, January 2001), Internet.
23. Schwartz P., Randall D. An Abrupt Climate Change Scenario (October 2003), Internet.

M.V. Pysheva*

* Pysheva Marina Valerievna, Candidate of Biological Sciences, Associate Professor
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_oitd@tolgas.ru

GLOBAL CONSEQUENCES OF THE UNBALANCED PLANETARY CLIMATE SYSTEM

Key words: climatic changes, global warming, climate regulation, climate system, greenhouse gases, weather anomalies, morbidity of the population, economic damage.

The approach of the global environmental crisis is expressed in the existence of environmental problems of different scale and level. One of them is connected with the change in the planetary climate system. This work is devoted to the study of this urgent problem of our time. Global climate change and its consequences for the population and the world economy have become the object and subject of the study of the article. The research itself was carried out using a variety of methods, the main of which were: analytical, statistical, system. Theoretical and methodological base of the research was the results of domestic and foreign scientists's work. The practical significance of the work is that the studies were carried out on the basis of the emerging global trends on global climate regulation and the generalization of the available experience of international cooperation in this field. The main provisions that determine the novelty of the work can be used in the learning process during studying the course "Nature Management".

© Пыршева М. В., 2018

CONTENT

Economic Policy: Strategy and Tactics

Klipin Alexey Olegovich

16

REALIZATION OF THE IMPORT REPLACEMENT MECHANISM AND ITS ASSESSMENT

An in-depth analysis of the machine-building complex of the Russian Federation is being conducted. The problems are revealed in the implementation of the import substitution mechanism and the machine-building enterprises development in the current economic conditions. Organizational, administrative and economic measures have been systematized, which make it possible to form the most effective mechanism for import substitution. A model has been developed that allows to allocate state investments in the ongoing measures to create and modernize import-substituting and export-oriented production, as well as to calculate the potential effects from investing. As a research tool methods of analysis, generalization and analogy are used. Sources that reflect the effectiveness of government support mechanisms for Russian enterprises in general are presented. The sub-sector of machine building is considered in more detail - the production of food equipment. A number of proposals are proposed for improving the mechanism of import substitution in the territory of the Russian Federation. The advantages of developing the production of food equipment are revealed. The ways of solving the problem under consideration are suggested. The mathematical economic model of the mechanism of import substitution at the enterprises of the machine-building industry has been developed, which makes it possible to justify the feasibility of implementing this mechanism within the industrial cluster. The model allows to analyze the processes taking place in the structural subdivisions of the enterprise, as well as to reveal the nature and directions of their interaction. The process of managing an industrial enterprise is understood as the implementation of a number of managerial decisions at different levels, thereby contributing to the optimization of the company's development trajectory, taking into account the main objectives at the stage of modernization. An integral estimation of the mechanism of import substitution is proposed, based, unlike the known ones, on comparison of investment restrictions and calculation of output volumes. The conclusions, which reflect the efficiency of using the import substitution mechanism by proposing an integral evaluation are presented.

Managing social development

Bochkarev Alexander Ivanovich

25

TO THE QUESTION OF THE WAVE AND DIGITAL ECONOMY CONNECTION

The problem of studying the theoretical and practical foundations of the dualism of the wave and digital economies is now becoming urgent in connection with the development of intellectual IT technologies that permeate all spheres of life of activity that leave aside science, education and the modern economy, which, according to the scientific principle of complementarity, has a tendency to digitize the results. Rapid change of technologies in the environment of a modern man increases the level of uncertainty and creates the need to quickly achieve a positive result of innovation, security in a nonlinear open catastrophic world. In the article

on the basis of the synergetic approach, the causes and theoretical grounds for the development of modern discrete wave economic systems along the way from traditional cycles of the wave economy to modern digital technologies. The method of analyzing trends using the "arrow language", proposed by VN Kostyuk, is considered. It allows to study the state of the economy under conditions of interaction and adaptation to the challenges of the external and internal environment. The dependence of the economic system development as a result of the analysis of trends in the economy is revealed with the application of Kotelnikov's theorem in the transition from the analogue to the digital economy in the culture of innovation activity. A wave diagram of exchange ratios is proposed, which allows to study the dynamics of economic processes, to reduce the uncertainty of the forecast of the changes results.

Regional development

Petrov Nikolay Nikolaevich

30

PROVISIONS AND APPROACHES FOR THE FORMATION OF THE REGION'S ECONOMIC POLICY

The article is devoted to the study of the problem of forming the economic policy of the regions. The purpose of the study is to identify the main aspects necessary for the formation of an effective economic policy of the region. The subject of the study is the process of forming the economic policy of the regions of the Russian Federation. To solve the tasks, we used: methods of complex analysis, system analysis and synthesis. Theoretical and methodological base of the research was the results of works of domestic and foreign scientists. The practical significance of the work is that the studies were carried out on the basis of the emerging world trends in the formation of economic policy in the regions. The understanding of the significance of the region's economic policy at various time stages of the world economy development was considered. The main provisions that determine the novelty of the work can be used by the Government of the Chuvash Republic in developing regional programs for the development of the industrial complex and building up the industrial and production potential of the region; in the learning process when studying the course "Regional Economy". The formation and early implementation of a sound economic policy will solve many social and economic problems.

Sergeev Aleksey Yurievich

36

DEVELOPMENT OF THE MECHANISM FOR MONITORING THE SOCIAL AND ECONOMIC SITUATION OF THE REGION

The main features of the monitoring mechanism of the socio-economic situation of the region at the present stage of development are disclosed. The author suggests a methodology for an integrated assessment of the level of social and economic development of regions based on multidimensional statistical analysis with subsequent ranking of territories, which will allow to form typological clusters according to the criteria and give their economic interpretation. The methodology consists of key indicators, combined into five blocks of the territorial socio-economic system, and is the basis for comprehensive monitoring of regional development. The aim of the work is to form the concept of an effective mechanism for socio-economic monitoring of the region. The subject of the study is the features of the formation of a mechanism for monitoring the socio-economic development of the region. The information base of the research consists of normative legal acts regulating the ba-

sics of functioning of the regional economy and state management of socio-economic processes; scientific works of foreign and Russian authors on the problems of the territorial subsystem of the national economy and the formation of a system for monitoring its development. The solution of problems in the work was carried out with the help of general scientific methods of research: collection, processing, summaries and decomposition of information, system-analytical and structural-functional analysis, synthesis. The theoretical significance of the work is to generalize and improve the conceptual and methodological foundations for the formation of effective monitoring of the socio-economic development of the region. The practical significance of the research is that the final statements and recommendations contained in the work create the scientific basis for the formation of effective social and economic monitoring of regional development, ensuring territorial stability and adapted to the needs of different groups of users of information. The results of the work can be used by regional authorities when developing territorial programs for social and economic development and improving the management of the region development. Separate provisions of scientific work can be used in the teaching of disciplines "Regional Economy", "State and Municipal Administration".

Tohirov Tohirjon Islomozhonovich

44

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE REGION THROUGH
THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE
ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

The main directions of increasing the competitiveness of the regions are considered at the expense of their transport infrastructure development, problems in its development are identified in the transition to a modern market economy. The directions for regional support for the formation of transport infrastructure meeting the needs of increasing the competitiveness of the region. Indicators of the functioning of transport infrastructure are determined. To assess the level of development of the transport infrastructure of the territory, the coefficients of Engel, Golts, Uspensky and Vasilevsky were used. Some indicators describing the state of the transport infrastructure in accordance with the statistical sources of the Republic of Tajikistan are given. The grouping and typology of regional transport systems have been made. Based on the study of the state of development of the transport infrastructure, the priorities for its further development are identified. It is shown that in general the mountains exert a significant influence on the configuration and the intersection of the transport network, which is manifested in the specifics of the formation and development of the transport infrastructure of the mountainous regions, such as the Sughd region and Tajikistan as a whole.

Ivanenko Larisa Viktorovna

51

Kulmetyev Roman Igorevich

ASPECTS OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT
AT THE PRESENT STAGE

Topical issues of the development of innovative entrepreneurship at the present stage are considered. The features of state entrepreneurship, which can be viewed in the market economy as an integrated set of entrepreneurial organizations are presented. The state enterprise is realized through the state government bodies, which, in accordance with the current legislation, are empowered to manage state and municipal enterprises. It is confirmed that in the period of sanctions re-

restrictions there is an acute need for the emergence and application of qualitatively new innovative methods in the organization of entrepreneurial activities. Enterprises and organizations of the private sector, whose activities are directly connected with innovative techniques and technologies, It is confirmed that in the period of sanctions restrictions there is an acute need for the emergence and application of qualitatively new innovative methods in the organization of entrepreneurial activities. Enterprises and organizations of the private sector, whose activities are directly connected with innovative technologies and technologies, especially need government support. It is shown that there are a number of measures to support innovative activity in the sphere of private entrepreneurship. The innovative territorial and production clusters that operate today can be represented and formed by subjects of innovative entrepreneurship. It is noted that at the present stage startups are subjects of innovative entrepreneurship and also can be members of innovative territorial and production clusters.

Regional service sphere: Economics, Organization and Management

Zubkova Victoria Olegovna

59

ECONOMIC STRATEGY OF THE HOTEL ENTERPRISE MANAGEMENT

The essence of the economic strategy of the hotel enterprise management is considered. In accordance with the level of business decision-making, hospitality enterprises use a variety of strategies: a collective strategy (uniform for the whole organization), a business policy strategy, strategies aimed at functionality, for example: economic, production, management strategy, etc. Strategy allows to define clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system. strategy of business policy, strategies aimed at functionality, for example: economic, production, management strategy, etc. The strategy allows defining clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system. In the context of globalization and mobility, increasing needs and expectations of guests, the development of information technology, the role of an effective economic strategy of a hotel company is growing. In the article the concept "the economic strategy of a hotel enterprise" and the features of its development and acceptance are revealed. In the course of the study, methods such as comparison, description, generalization were used. As a result of the research, the role of the economic strategy for the management of the hotel enterprise was revealed, and the development trends of the hotel enterprise in modern conditions were formulated. The strategy makes it possible to define clear boundaries that facilitate the identification and proper evaluation of changes in external and internal criteria for the formation of a competitive system. To be competitive, a hotel company needs to have a certain set of competitive advantages. The article concludes that the phased introduction of modern management technologies and the provision of personalized services allow guests to feel themselves the "master of the situation", and be ready for interactive interplay with the host party, responding to the wishes and requests of the most important resource of the enterprise in the market of services - its consumer, taking into account identified and future paradoxes of consumer behavior.

Korchagin Pavel Valentinovich**PROBLEMS OF THE FOREIGN ECONOMIC RELATIONS FORMATION OF THE RUSSIAN FEDERATION REGIONS**

At the present stage of the world economy, the priority direction of the state's foreign economic policy is important for the development of the country. Foreign trade relations between countries, the volume of trade turnover directly affects the level of development of the economy of the state as a whole, and on cooperation in other spheres and expansion of the country's influence on the world arena. The interest of foreign investors in the market of a given country depends on the openness of cooperation in the foreign economic orientation of the country, which in general the development of all branches in turn depends on the favorable location of the market for foreign investors. That ultimately strengthen the power of the country in the global market. Foreign trade is an instrument for the development of the national economy and is of great importance for it, thanks to it:

- the lack of resources and the limitations of domestic markets are eliminated;*
- there is an opportunity for accumulation, an increase in the growth rates of the country's economy, industrialization, rational use of labor and resources, which will lead to optimization and efficiency of the production process and labor, incomes;*
- the level of international specialization and demand for the country is increasing.*

At present time, the foreign trade activity of the Russian regions plays an important role in the implementation of the Russian Federation foreign trade policy. In recent years, it was carried out under conditions of a complicated geopolitical situation and sanctions adopted by several Western countries with respect to Russia, which had a significant impact on the volumes and dynamics of foreign trade. However, as it was already said, the Russian economy's problems connected with the need for its structural diversification and modernization on a new technological basis are also significant factors for the reduction of economic growth and foreign trade volumes, since these problems began even before the application of foreign trade restrictions.

Human Resource Management

Chupaida Alexander Mikhailovich**Varlakhova Julia Borisovna****Bugaev Alexander Evgenievich****WORKING TIME: BRIEF REVIEW OF REGULATORY DOCUMENTS AND ACTUAL PROBLEMS OF ITS ORGANIZATION**

The concept of "working time" is considered, an analysis of existing definitions of working time is conducted, its general definition is proposed. A description is given of each characteristic of working time from the proposed definition, the meaning of the working time regime as a legal category. The way of development of legal regulation of working time is presented. A brief historical review of the establishment of working time regimes in our country is given. The beginning of the establishment of the regulatory and legal framework of the institute of working time in Russia - the Law of the Russian Empire of 1897, which includes provisions on the duration and distribution of working time, on night time, on weekends and holidays, is determined. Particular attention is paid to the analysis of normative acts of the last century, which contain provisions on working time. The periods of introduction of concepts are defined: weekly norm of time, reduced working time; The introduction of the norm of working hours in the amount of 8 hours. Changes

in the Labor Code of the RSFSR concerning working hours since 1918 are considered, as well as some extracts from the current Labor Code of the Russian Federation, which are relevant today. Changes and additions to the Labor Code of the Russian Federation for the current and previous years are considered in detail. Quantitative and qualitative characteristics of working time are revealed. The definitions of production time, hard regulation of working time, flexible regulation of working hours, reduced work mode, sliding work mode, variable work mode are given. It is established that the working time regime in the organization is determined by the rules of the internal labor schedule, and the working time is recorded through the registration of the time sheet, which is the primary document for the calculation of wages, bonuses, surcharges, compensatory and incentive payments. The article refers to the following regulatory documents that regulate working hours: the Labor Code of the Russian Federation, the Law of the Russian Empire of 02.06.1897, the Labor Code of the RSFSR, the Conventions and Recommendations of the International Labor Organization, federal laws and other sources.

Management and Marketing

Bashmachnikova Elena Valentinovna

87

Abramova Lyubov Andreevna

METHODICAL INSTRUMENTATION OF THE INVESTIGATION OF MARKETING PLANNING PROCESS IN THE ORGANIZATION

Trends in the development of domestic organizations suggest a constant reorientation of their activities in market conditions. This requires the adaptation of the entire management structure to new factors. In modern conditions of development, the activities of organizations rely on the construction of long-term plans, which must take into account the characteristics of the organization itself and factors of the external environment. Here the marketing planning is really important. The use of planning creates such important advantages as the possibility of preparing for the use of future favorable conditions, improving coordination in the organization, increasing the ability to provide the organization with the necessary information, etc. The relevance of the chosen topic in the modern economy is the need for marketing planning as a tool that allows an organization to be ready for market fluctuations, increase competitiveness, attract more consumers, retain regular customers, and so on.

Enterprises

Muravitskaya Natalia Konstantinovna

98

Adusheva Anastasiya Yurievna

DIRECTIONS OF IMPROVING ACCOUNTING IN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Directions of accounting improvement in the concept of sustainable development are considered. Particular attention is paid to the practice of activities in the field of sustainable development of large corporations. It is noted that scientific communities are aimed at the formation of the concept of sustainable development and the development of its conceptual apparatus. According to Russian and foreign experts, this concept is a model of the forward movement, combining three main aspects: ecological, economic and social. It is stated that in the accounting of foreign companies for management is adopted document IFAC: International Guidance Document "Accounting for Rational Nature Management." The document

notes that the effectiveness of suppliers is an important problem both at the national level and in the framework of international trade operations that have inefficiency in the value chain with a cumulative effect on corporate customers. Cooperation with suppliers in the field of environmental cost accounting can help reduce waste and costs associated with the purchase of raw materials, increase productivity and increase savings through reduced waste caused by inefficient practices.

Bubnova Inna Yurievna

106

THE ANALYSIS OF CREDITWORTHINESS OF THE COMMERCIAL BANK
BORROWER: METHODOLOGICAL ASPECTS

One of the main elements of the country's economy, ensuring the movement of financial resources and, consequently, its subsequent development, is the banking sector. Lending, being the main activity of a commercial bank, presupposes the presence of credit risk as a result of financial losses from the non-repayment of loans issued. The level of profitability of commercial banks is simultaneously decreasing. In modern conditions of uncertainty in financial markets and crisis phenomena in the economy, credit institutions, as an institutional lever of the balance between saving and investment, are forced to improve the mechanisms for analyzing the creditworthiness of borrowers. The creditworthiness analysis of the borrower affects all stages of the process of credit relations between the lender and the borrower. It is accompanied by a detailed study of the quantitative and qualitative characteristics of the potential borrower from the position of their influence on the creditworthiness class, the quality of collateral security and the degree of credit risk. According to foreign studies (Abdu H., Pointon J.), currently more than twenty approaches are being used to compile and implement methods for analyzing the creditworthiness of the borrower. This can be explained by the fact that credit institutions seek, on the one hand, to increase their credit portfolios and expand their lending volumes, to maintain acceptable levels of credit risks that affect the bank's profit and other financial indicators, on the other. In this connection, the analysis of the creditworthiness of the borrower, which represents a separate, independent block of integrated economic analysis and which requires special attention not only from the creditor, but also from the borrower, acquires particular importance at the present stage of economic development.

Sviridov Vitaliy Andreevich

Kopylov Andrey Sergeevich

Kopylova Svetlana Igorevna

112

CONTENT CHARACTERISTIC OF THE ENTERPRISE
AND PRODUCTS COMPETITIVENESS

Every day, the market conditions in which Russian enterprises operate require new strategic developments in terms of competitiveness that will allow the organization to identify its advantages and potential resources for their implementation. All enterprises and their competitors are links in one chain - the economy, therefore no enterprise can function without taking into account the activities of competitors. An indispensable factor that determines the right to the existence of any organization is a competitive struggle that allows you to select from a large number of leader organizations capable of producing truly high-quality and topical goods and services in demand by the population. In this connection, making justified decisions in favor of increasing the competitiveness of an individual organization should be based on a thorough study of the peculiarities and characteristics

of competitors. One can correctly assess the potential of competitors, their goals and strategies only if he identify their strengths and weaknesses. Due to this in the long term, it is necessary to concentrate on the areas in which the competitor is much weaker, and expand own advantages. Competitiveness is a complex concept that has many meanings. Any organization contains in this concept such aspects of activity as a product or service and its basic qualities, such as production technology, relevance, accessibility for the end user. The success of an enterprise directly depends on the ability to provide such goods and services that exactly meet the needs of the buyer and the market as a whole.

Alyabyeva Elena Mikhaylovna

118

FORMATION OF THE ORGANIZATION IMAGE: THE PROCESS APPROACH

Today, many organizations are engaged in the formation and maintenance of their own positive image, this is due to the growing competition in the market of goods and services. This problem is equally acute for both state organizations and institutions, and for commercial ones. Therefore, organizations need to carry out systematic work to maintain the image in order to increase the flow of customers. Creating a favorable image of the organization and effective management of it provides a certain reserve in positioning oneself in the market in competitive conditions. But the image is not only a moral and ethical category, but also a material one, since it is capable of generating great incomes. Image provides organization the advantages and ability to actively compete. In a dynamic and unstable environment, organizations need to systematically monitor public opinion about the organization in order to identify marketing strategies that will determine a further plan of action to improve and maintain it. In this regard, enterprises need public relations and effective marketing, which are organically associated with the use of image-making technologies. Formation and maintenance of the image refers to the current problems in the field of enterprise management in modern conditions. A stable image serves as an attractive symbol of an enterprise in the market of goods and services and contributes to building its capacity.

Gordeeva Olga Viktorovna

124

THE ESSENCE OF THE ADVERTISING ACTIVITY IN THE MARKETING SYSTEM

Problems of bringing goods to the population, the formation of demand for them, the development of certain needs is decided by advertising. Its role in the conditions of market economy, competitive environment, constant change and updating of assortment of services and the goods grows. The global purpose of advertising activities is timely and comprehensive information of the population about the consumer properties of goods and methods of use. In modern conditions, a variety of means and types of advertising activities are used. Advertising activities should help create consumer conditions for the free choice of trade enterprises and goods of specific manufacturers, which allows to control the promotion of goods on the market, create and consolidate the buyer's preferences system of advertised objects. Advertising activities are an essential component in the overall structure of business activity, designed to stimulate consumption to a level comparable to the level of production. In conditions of mass consumption and high employment of the population, advertising has become an integral part of the economy, taking the appropriate place among its components such as production, financing, distribu-

tion and entrepreneurship. In industrialized countries, research institutes have been established, where experienced specialists, especially psychologists, develop the advertising theory.

Information Technology

Pets Kristina Aleksandrovna

130

Zhikhareva Ekaterina Andreevna

INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CAREER PLANNING

The purpose of this work is to educate students about the use of modern information technology in planning a future career. New ways of implementing professional goals, including programs and online services that help in building plans and developing a career are considered. Facilitate the skills of creative resume writing for the implementation of the planned goal, since it is one of the components of the career development portfolio and plays an important role in the realization of a career. In the course of the research, a questionnaire was conducted among the third year students of the Volga Region State University of Service, which showed that the majority of survey participants had no idea of the existence of assistant programs such as "Talent Map", "ResumUP", "Mindmeister", "XMind" etc. They help to avoid common mistakes in the location of the necessary information and in its content thanks to the layouts and examples that are present in the interface. To visualize the results, diagrams were compiled in MS Excel. As a result of the work done, the students changed their idea of their future career and made a resume, because the use of special programs allowed them to improve their skills in this area. The results of this work can be applied in secondary special and higher educational institutions in order to inform students about the existing methods of writing a career and CV so that graduates do not have difficulties in applying information technologies, since this only simplifies the life of a person and helps him build the most faithful career path .

Management Technologies

Rachenko Tatyana Aleksandrovna

138

CONCEPTUAL REENGINEERING OF LADA DEALER CENTERS

Currently, government support facilitates the penetration of innovation in the service sector. But often the practice shows that for the enterprise this is not a guarantee of increasing efficiency in the economic and social environment, despite the fact that the innovative projects implemented in practice have high potential. Often this is due to the fact that business processes are not reengineered in the implementation of innovations. Innovations are superimposed on an unadapted and unprepared system of business processes, as a result of which a negative result is obtained. The reasons for the development of such events at the enterprise are the following: an ambiguous understanding of the theoretical foundations for reengineering business processes, innovations and innovation activities and their features; the absence of an algorithm that allows efficient and effective reengineering of business processes when introducing innovations. The article considers the main reasons for the need to conduct effective business process reengineering. The proposed methods for assessing the feasibility of reengineering business processes, identifying non-rational business processes, evaluating the effectiveness of implementing reengineering of business processes of the enterprise are described.

Recommendations on reengineering of business processes are formulated. Also, issues related to the development of the concept of business process reengineering as one of the areas of innovation management were considered. The relationship of reengineering with the main types of management is shown, its role and place in the innovation activity of the dealer centers are determined. The need for reengineering to optimize the management of their business processes is emphasized. The article presents the results of the research of LADA dealer centers. The problems of the authorized centers connected with a low level of satisfaction of consumers are revealed. The possibilities of conceptual reengineering of business processes are determined and methods of analysis and data collection are chosen.

Mathematical and instrumental methods of Economics

Danilova Julia Sergeevna

146

TECHNICAL AND ECONOMIC EFFICIENCY OF THE RESEARCH METHOD OF INCREASING ACTIVITY OF CEMENT SOLUTIONS BY ELECTROPHYSICAL METHOD

The author suggests to consider the technical and economic efficiency of the use of hydration of cements in the solution mixture under the influence of external electric fields, relying on the theory of the electric field. The peculiarity of this approach is that hydration is due to the interaction of the intrinsic field of the solution mixture and the external electromagnetic field of the earth. The calculations performed by the proposed method allowed to evaluate qualitatively the hydration of cement and to reveal the most effective levels of external field strength, processing time, type of applied voltage, composition of the mixture to be treated. To confirm the main theoretical positions, the author carried out experimental studies of the field treatment of the solution mixture in order to improve the strength characteristics of the solution, improve the technological characteristics of the solution mixture. The high processability of the new method and the low cost of the mortar mixture, while improving its quality, attract the attention of the relevant construction organizations. Low energy consumption in case of deficiency of electric capacities and improved properties of mixtures with various technologies of electrophysical activation methods will promote wider use of the method.

Kirichek Galina Anatolevna

152

METHODICAL PECULIARITIES OF ORGANIZATION OF STUDENTS'S INDEPENDENT ACTIVITY OF ECONOMIC SPECIALTIES ON THE THEME «DERIVATIVE. BUSINESS AND ECONOMY. APPENDICES»

The actual problem of organization of independent activity of students is considered. The author seeks to follow the process of independent activity of students of economic specialties on the topic «Derivative. Business and economics. Applications.» Summarizing practical experience, the methodical features are distinguished and described, consisting in the fact that the structure of theoretical and practical material is arranged in the following order: 1. Examples. They act as research tools, which are presented graphically and analytically, in order to provide a deeper understanding of the material. 2. Checkpoints. Tasks that help students consolidate the material right after it was introduced, or use them as a control, studied material. 3. Tips for studying. Help students avoid common mistakes, consider special cases and expand theoretical knowledge. 4. Technology. Exercises in which students are specifically en-

couraged to use a calculator (computer) to solve exercises. 5. Summary of the main business terms and formulas. Work with the glossary. 6. Exercises for practicing skills. Exercises relating to business situations that involve mathematical concepts. 7. Research project. The result of independent activity of students is to apply the studied material to real business situations. Considerable attention is paid to the content of study assignments, which are based on economic applications. The matter of selecting the content of the studied material is still under discussion. This view will be of interest to specialists in the field of theory and methodology of teaching mathematics, acting teachers of mathematics and economics.

Nikitenko Tatyana Vladimirovna

160

INSTRUMENTATION OF STUDYING THE COMMUNICATION OF THE TOTAL RESULT AND THE NUMBER OF THE ECONOMIC PROCESS EXPERIMENTS

In the sequence of repeated experiments of the same activity, the compositions of actions and interactions vary, and the result of the experiment is unpredictable in advance. Thus, experimental data on the study of the properties of economic objects are of a random nature and are described by some random variable. Most often, experiments are conducted under the same conditions. Therefore, the description of the experimental data is produced in the form of a sequence of X_1, X_2, \dots independent identically distributed random variables. The total result of

the experiments is described by a random variable $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Regularities of the

behavior of the normalized summary results are observed with a large number of experimental data. Limit theorems are widely used for the analysis of economic information in order to develop sound management decisions. In this paper, one of the limiting properties of the total outcome of the economic process is indicated. A sequence of independent identically distributed random variables defined on a probability space (Ω, F, P) imposes the following conditions: $MX_1 = 0$, $MX_1^2 = 1$,

$M|X_1|^{2+p} < \infty$ (1) for $p > 0$. We denote $S_n = \sum_{i=1}^n X_i$. Let $y \in (0, 1)$, $f(x)$ be a pos-

itive, nondecreasing function defined on R . Then there is a sequence of integers N_1, N_2, \dots such that $N_r \rightarrow \infty$ when $r \rightarrow \infty$ and for almost all $\omega \in \Omega$ there is such

$r_0 = r_0(\omega, y, f) < \infty$ that the inequality $S_n(\omega) < \sqrt{2yn \ln \ln n}$ (2) holds in any in-

terval of the form $N_r \leq \ln n \leq N_r + N_r^y (\ln N_r)^{-0.5} (f(N_r))^{-1}$ when $r > r_0$.

Discussion and debate

Pyrsheva Marina Valerievna

166

GLOBAL CONSEQUENCES OF THE UNBALANCED PLANETARY CLIMATE SYSTEM

The approach of the global environmental crisis is expressed in the existence of environmental problems of different scale and level. One of them is connected with the change in the planetary climate system. This work is devoted to the study of this urgent problem of our time. Global climate change and its consequences for the population and the world economy have become the object and subject of the study of the article. The research itself was carried out using a variety of methods,

the main of which were: analytical, statistical, system. Theoretical and methodological base of the research was the results of domestic and foreign scientists's work. The practical significance of the work is that the studies were carried out on the basis of the emerging global trends on global climate regulation and the generalization of the available experience of international cooperation in this field. The main provisions that determine the novelty of the work can be used in the learning process during studying the course "Nature Management".