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

ISSN 2664-7362 (Print)
ISSN 2664-7370 (Online)

II МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ

РУССКИЙ МИР И ДОНБАСС

ОТ СОТРУДНИЧЕСТВА К ИНТЕГРАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ, ИННОВАЦИЙ И КУЛЬТУРЫ

ФОНД РУССКИЙ МИР

МАТЕРИАЛЫ

IV Международной научной конференции

Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности

Донецк
31 октября 2019 г.



Том 3

ч. 1

Экономические науки



Дорогие коллеги!

Сборник материалов Международной научной конференции «Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» является 9-томным изданием, включающим 13 книг. Труды конференции охватывают разнообразные направления фундаментальных и прикладных исследований в области естественных, технических и социально-гуманитарных наук. Они представляют широкий спектр новых научных результатов, полученных учеными Донецкого национального университета, многих других вузов и научных учреждений Донецкой и Луганской Народных Республик, а также специалистами целого ряда стран Европы и Азии – Российской Федерации, Азербайджанской Республики, Китайской Народной Республики, Республики Беларусь, Республики Болгария, Республики Сербия, Республики Узбекистан, Республики Южная Осетия, Туркменистана, Федеративной Республики Германия, Эстонской Республики. Значительная часть представляемых результатов получена в итоге совместных исследований ученых ДНР и других стран-участниц.

Девиз, под которым проходит конференция – «Русский мир и Донбасс: от сотрудничества к интеграции образования, науки, инноваций и культуры». Он отражает новый уровень и перспективы расширения сотрудничества, обмена мнениями и творческого взаимодействия ученых, педагогов, деятелей культуры и искусства Донецкой Народной Республики в качестве полноправных представителей научно-образовательного пространства Русского мира с коллегами из многих уголков земного шара. Выражаю уверенность, что наша совместная работа во время конференции внесет свой вклад в сокровищницу научных знаний, будет способствовать дальнейшему укреплению и развитию творческих контактов и дружеских связей!

Ректор,
доктор физико-математических
наук, профессор С.В. Беспалова

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет»

Фонд «Русский мир»

IV Международная научная конференция

Материалы конференции

Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности

Том 3

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Часть 1

г. Донецк
31 октября 2019 г.

Донецк
Издательство ДонНУ
2019

ББК У.я431
УДК 33(043.2)
Д672

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

Д672 **Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности:** Материалы IV Международной научной конференции (Донецк, 31 октября 2019 г.). – *Том 3: Экономические науки. Часть 1* / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2019. – 370 с.

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

В первую часть третьего тома материалов IV Международной научной конференции «Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности» вошли исследования по актуальным проблемам экономических наук. Рассматриваются вопросы в области экономики предприятия, менеджмента, маркетинга, управления персоналом и экономики труда, национальной и региональной экономики.

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

ББК У.я431
УДК 33(043.2)

© Коллектив авторов, 2019
© Донецкий национальный университет, 2019

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Председатель:

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

Заместитель председателя:

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

Члены программного комитета:

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

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

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

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

Илюхин А.А. д-р физ.-мат. наук, профессор, профессор кафедры математики Таганрогского института имени А.П. Чехова (филиал) ФБГОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» (г. Таганрог)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Сорокина Г.А. д-р пед. наук, профессор, первый проректор Луганского государственного университета имени Тараса Шевченко (г. Луганск)

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

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

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

Экономика предприятия

УДК 339.3

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Алексеев С.Б., д-р экон. наук, доцент
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
sergey_b_alekseev@mail.ru

Введение. В настоящее время торговые предприятия Донецкой Народной республики сталкиваются с большим количеством проблем, обусловленных падением платежеспособного спроса населения, непризнанностью молодого государства, экономической блокадой со стороны Украины и разрывом традиционных хозяйственных связей, усилением конкуренции из-за появления новых игроков, изменением структуры потребностей потребителей.

В сложившихся условиях розничная торговля остается одной из немногих отраслей, способных функционировать и развиваться, несмотря на кризисные явления в экономике. Но и функционирование розничной торговли сопряжено с высокой степенью неопределенности и риска.

Целью исследования является выявление основных проблем развития торговли ДНР в современных условиях и определение направлений решения выделенных проблем.

Основная часть. Одной из основных причин падения розничного товарооборота торговых предприятий, как отмечают многие авторы, стало сокращение реальных доходов населения, вызванное инфляцией, переходом на российский рубль, опережением роста цен над реальными доходами. Так, в период 2015-2016 годы при уровне инфляции 38,9% доходы населения упали в среднем на 30 % [1, с.9], что привело к падению платежеспособного спроса. Рост цен также спровоцировал изменения в структуре потребления в сторону продуктов питания. При этом отсутствие возможности получения потребительских кредитов также ограничивает приобретение населением товаров длительного пользования.

Здесь немаловажное значение играет также то, что по данным расчетов Министерства экономического развития ДНР средние месячные затраты на продукты питания в 2017 году по скромным нормам составляют 3241,57 руб., а минимальные пенсионные выплаты – 2 730 руб. [2, с.7]. Отсюда численность малообеспеченного населения в Республике остается значительной, что очень негативно сказывается на динамике товарооборота торговых предприятий.

На второе место по значимости выходит проблема поставки товаров, производимых за пределами ДНР [3, с.87], обусловленная экономической блокадой со стороны Украины и статусом непризнанного государства. Как отмечают И.В. Митрофанова, Л.А. Ялмаев и М.А. Ялмаева, проблемный политико-юридический статус республик Донбасса значительно ограничивает возможности кооперации с Российскими предприятиями в сфере торговли. В результате сделки носят даже не торговый, а бартерный характер, основные предметы торговых отношений – это поставки антрацита взамен на поставки электроэнергии и низкокачественных продуктов питания [4, с. 49].

При этом торговые предприятия постоянно сталкиваются со сложностями в доставке товаров на территорию Республики, проблемами становления таможенной политики на границе ДНР, вынуждены находится в постоянном поиске новых поставщиков в условиях ограниченности информации о поставщиках [5, с. 103].

Следующую группу проблем развития современной торговли в Донецкой народной республике формируют несовершенство системы налогообложения, нестабильность бюджетного финансирования и программ поддержки малого предпринимательства в Республике, которое составляет значительную долю в структуре хозяйствующих субъектов, занимающихся торговой деятельностью в ДНР, в результате чего уровень экономической безопасности торговых предприятий остается достаточно низким [6, с. 258].

В эту же группу проблем целесообразно включить и слабо развитую систему безналичных расчетов, сложности получения банковских кредитов на развитие бизнеса, отсутствие возможности осуществления электронных взаиморасчетов при помощи банковских карт, ограниченность привлечения инвестиций и как следствие – финансовые проблемы, ограничивающие в значительной степени эффективное развитие торговых предприятий.

Существенное значение имеет и группа проблем, связанных с кадровым обеспечением деятельности предприятий торговли. На торговых предприятиях Республики существует дефицит квалифицированных кадров, высокая текучесть кадров из-за низкой заработной платы (иногда до 30%), работа в сфере торговли не считается престижной, структура спроса потребителей не требует повышения квалификации персонала, а низкий уровень доходов торговых предприятий не стимулирует работодателей к повышению квалификации персонала [4, с. 92].

Среди основных направлений решения выделенных проблем в торговле Донецкой Народной Республики необходимо отметить прежде всего разработку стратегии экономического и социального развития ДНР, содержащей конкретные пятилетние планы, определяющие задачи в области экономики и содержащие целевые государственные программы. Немаловажное значение имеет и развитие инновационных форм торговли,

в частности, электронной торговли, доля которой в Российской Федерации составляет 12 %, а в ДНР в настоящее время – только 2% [7, с. 88].

При этом государство должно обеспечить реальное бюджетное финансирование разработанных и утвержденных государственных программ, постоянно отслеживать не только вопросы продовольственной безопасности, но и долю расходов на продукты питания в структуре потребления населения, стимулировать покупку товаров долгосрочного пользования обеспечением получения потребительских кредитов.

Заключение. Государственная поддержка торговли должна осуществляться и в решении информационных и логистических проблем поставок товаров на территорию ДНР из России, Беларуси и других стран. Необходимо стимулировать и повышение квалификации торгового персонала, отслеживать не только уровень цен, но и уровень обслуживания покупателей. Только при условии разработки и эффективной реализации государственной стратегии социально-экономического развития, возможно решить выделенные в данной статье проблемы торговых предприятий и обеспечить эффективное развитие торговли в Донецкой Народной Республике.

Список литературы

1. Алексеева Н.И. Тенденции развития торговых предприятий Донбасса в кризисных условиях [Текст] / Н.И.Алексеева // Управление в условиях глобальных трансформаций: экономика, политика, право: сб. науч. труд. – Симферополь: ООО «Издательство «Типография «Ариал», 2017. – С.9-13.
2. Ляшенко Е.А. Продовольственная безопасность Донецкой Народной Республики [Текст] / Е.А. Ляшенко // Экономика Донбасса: проблемы настоящего и возможности будущего: сб. науч. ст. и тез. финалистов II Респ. конкурса науч. работ, 26 окт. 2017 г. – 25 апр. 2018 г., г. Донецк. – М.: ООО «Буки Веди», 2018. – С. 5-10.
3. Дещенко А.Ю. проблемы развития кадрового потенциала на торговых предприятиях ДНР [Текст] / А.Ю. Дещенко // Вестник Института экономических исследований. – 2017. – №4(8). – С.86-93.
4. Митрофанова И.В. Экономическая интеграция России и Донбасса: реальность и перспективы [Текст] / И.В. Митрофанова, Л.А. Ялмаев, М.А. Ялмаева // Общество: политика, экономика, право. – 2018. – № 6. – С.46-52.
5. Лукашова М. А. Вопросы формирования эффективной антикризисной стратегии предприятий Донецкого региона [Текст] / М.А. Лукашова // Управление в условиях глобальных трансформаций: экономика, политика, право: сб. науч. труд. – Симферополь: ООО «Издательство «Типография «Ариал», 2017. – С.100-104.
6. Реброва А.И. Проблемы экономической безопасности малого бизнеса в ДНР [Текст] / А.И.Реброва, И.П.Подмаркова // Донецкие чтения 2017: Русский Мир как цивилизованная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса: матер. междунар. научн. конф. студ. и молод. уч. – Донецк: ДонНУ, 2017. – С. 256-258.
7. Молохова Я.О. Каналы маркетинговых коммуникаций как способ повышения активности и конкурентоспособности предприятий торговли в Донецкой Народной Республике [Текст] / Я.О. Молохова // Вестник ДонНУ. Серия В. Экономика и право. – 2017. – №3. – С. 86-93.

УДК 338

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Балакай О.Б., канд. экон. наук, доцент, ***Новиков К.С.***
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР
donbassla@mail.ru

Введение. Экономическая безопасность предприятия отражает потенциальные возможности производства продукции, пользующейся спросом и оказания услуг на основе сбалансированного и наилучшего использования всех видов ресурсов в нестабильной и неопределенной рыночной среде. С другой стороны, экономическая безопасность функционирования субъекта хозяйствования зависит от способности своевременно и в достаточном объеме удовлетворять экономические потребности и требования групп интересов, причем «… частные интересы могут быть оправданы лишь тогда, когда они одновременно служат также интересам государства» [1]. В настоящее понятие механизма обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйствования является дискуссионным и требует уточнения.

Целью исследования является изучение теоретических подходов к определению хозяйственного механизма и механизма обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйствования.

Необходимо уточнить понятие хозяйственного механизма. Термин «механизм» происходит от греческого *«mechane»*, что означает «орудие», «машина». Узкий подход трактует хозяйственный механизм как совокупность средств, применяемых обществом (с учетом обстоятельств места и времени – государством) в регулировании экономических процессов.

Г.С. Вечканов, определяет хозяйственный механизм, во-первых, как экономическую категорию сферы организационно-экономических отношений; во-вторых, как способ хозяйствования; в-третьих, как совокупность форм, методов и инструментов управления экономикой [2].

По мнению Б.А. Райзберга, хозяйственный механизм – совокупность организационных структур и конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства [3]. Несмотря на достаточно обобщенную трактовку, данное определение позволяет его адаптировать в зависимости от целей и конкретных условий хозяйствования.

Исходя из вышерассмотренных точек зрения, под механизмом обеспечения экономической безопасности функционирования субъекта хозяйствования будем понимать целостную систему, состоящую из

отдельных, относительно самостоятельных, но одновременно и взаимосвязанных и взаимодействующих структурных элементов. К основным элементам механизма относятся: форма организации производства, экономические или хозяйственные связи (отношения), система стимулов, управление, планирование, финансирование, налогообложение, ценообразование. Важнейшими элементами хозяйственного механизма являются хозяйствующие субъекты и отношения, в которые они вступают по поводу организации производства и хозяйственных связей [4].

Формы хозяйственных связей многообразны, они могут быть непосредственными и опосредованными, прямыми и косвенными, производственными и непроизводственными, юридически оформленными и не оформленными, стихийно возникающими и сознательно устанавливаемыми. Хозяйственные связи существуют как внутри формы организации производства, так и вне ее. Они различаются также по месту их возникновения: в производстве, при обмене, распределении или потреблении. Внутри конкретной формы организации производства хозяйственные связи между его участниками реализуются, как правило, в порядке обмена деятельностью, а между хозяйствующими субъектами – как обмен товарами и услугами [4].

Механизм экономической безопасности функционирования субъекта хозяйствования представляет собой совокупность:

- философии экономической безопасности предприятия;
- функций, реализующих процесс управления экономической безопасностью;
- ресурсное обеспечение механизма;
- целевая направленность, содержащая основные организационные формы и экономические инструменты, необходимые для обеспечения экономической безопасности функционирования субъекта.

Вышеперечисленные составляющие образуют структуру механизма обеспечения экономической безопасности функционирования субъекта хозяйствования. Теоретико-философская составляющая представляет собой фундамент формирования механизма. Целевая составляющая раскрывает содержание механизма по отдельным элементам субъекта – это совокупность взаимоувязанных организационных форм и экономических методов и инструментов, позволяющих непрерывно функционировать в условиях динамичности среды, достигая и сохраняя планируемые параметры и результаты путем реализации процедур обеспечения безопасности, регулируемых внешними и внутренними нормами и правилами.

Наиболее существенным элементом механизма являются административно-экономические инструменты, которые собственно и приводят механизм обеспечения экономической безопасности предприятия в действие.

Можно выделить три уровня административно-экономических инструментов управления экономической безопасностью субъекта

хозяйствования: республиканский, региональный и уровень хозяйствующего субъекта.

К административным инструментам республиканского и регионального уровня можно отнести законодательное регулирование, лицензирование, квотирование, нормирование, лимитирование, инспектирование.

К экономическим инструментам республиканского и регионального уровня прямого воздействия следует отнести: госзаказ, дотации, целевое финансирование, а к инструментам косвенного воздействия налоговые ставки, льготы, отсрочки платежей; валютные (обменный курс); таможенные (сборы, государственные пошлины, льготы); инвестиционные (амортизация, прибыль, государственные гарантии).

На уровне хозяйствующего субъекта следует выделить следующие административно-экономические инструменты: диагностика, контроллинг, планирование, нормирование, инструктирование, взыскание, материальное стимулирование и другие. Одной из форм такого управления является организация системы контроллинга, который включает в себя установление целей предприятия, текущий сбор и обработку информации для принятия управленческих решений, осуществление функций контроля отклонений фактических показателей от плановых, а также подготовку рекомендаций для принятия управленческих решений.

Заключение. Представление механизма повышения экономической безопасности субъекта хозяйствования, формируемого на основе научных подходов и принципов с использованием базовых и прикладных теорий, в широком и узком смысле констатирует множественность его элементов, что доказывает сложность процесса обеспечения безопасности. В этой связи необходим выбор конкретных инструментов механизма в зависимости от условий функционирования субъекта хозяйствования, стадии развития его финансово-хозяйственной деятельности, и, как следствие, от настоящего уровня экономической безопасности субъекта хозяйствования.

Список литературы

1. Белокур В.В. Угрозы экономической безопасности предприятия [Текст] / В.В. Белокур. − М., 2010. − 132 с.
2. Вечканов Г.С. Краткая экономическая энциклопедия [Текст] / Г.С. Вечканов. − Спб, 2010. – 306 с.
3. Райзберг В.А. Современный экономический словарь [Текст] / В.А. Райзберг. − М., 1998. – 376 с.
4. Мамонтов В.Д. Формирование стратегии управления экономической безопасностью предприятия в контексте вступления России в ВТО [Текст] / В.Д. Мамонтов, О.А. Степичева // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2011. − № 12 (104). − С. 78-86.

УДК 331.108:331.108.04:331.108.5

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Бычкова О.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
ovb13575@mail.ru

Введение. Достижение максимальной стабильности функционирования и экономической деятельности предприятия вне зависимости от объективных и субъективных угрожающих факторов (негативных воздействий, факторов риска) предполагает создание эффективной системы работы с персоналом (кадрами) в том числе за счет создания эффективной систем мотивации. В этой связи обеспечение кадровой безопасности, как составляющей экономической безопасности, предполагает снижение или полную нейтрализацию угроз предприятию со стороны персонала, адекватную систему оплаты труда, морального и материального стимулирования труда.

Основы формирования и развития современной науки обеспечения кадровой безопасности предприятия были заложены такими учеными:М. Бендиковов, А. Козаченко, А. Ляшенко, В. Пономарев, В. Шлыков, А. Алавердов, Т. Соломанидина, В. Соломанидин и др. Их работы базировались на теоретических положения теории экономической безопасности предприятия, которые представлены в трудах известных зарубежных ученых С. Альбрехта, Д. Белла К. Гербериха, М. Кастельса, Дж. Кларка, М. Комера, Л. Ларуша, А. Мура, М. Пората, М. Рубина, С. Седерберга, Дж. Стэннарда, А. Тоффлера, С. Хоффмана, Л. Феннели и др. Следует отметить, что большинство из указанных работ уже относятся к разряду классических. Но в тоже время в данных работах практически не учитываются хорошо проработанные положения мотивации персонала, учет которых позволил бы снизить угрозы для предприятия со стороны работником. В этой связи требуется дополнительное рассмотрение и изучение множества работ по мотивации персонала для их привязке к кадровой безопасности. Следовательно, здесь более важны работы таких ученых: А. Маслоу, Д. Мак Клелланда, К. Альдерфера, Ф. Герцберга, Д. Аткинсона, С. Адамса, Б. Скиннера, В. Врума. Современные условия новой экономики, требуют соответственно разработки современных подходов и методов по обеспечению кадровой безопасности предприятия, в том числе за счет повышения в ней роли мотивации персонала.

Цель исследования – теоретическое и методологическое исследование роли мотивации персонала в обеспечении кадровой безопасности.

Основные результаты. Как показывает зарубежная и отечественная практика, наибольший ущерб предприятиям наносят их же работники. Сегодня большинство работодателей это понимают, и во многих организациях для устройства на работу уже недостаточно профильного образования, опыта работы и квалификации. Помимо профессиональных навыков от будущих сотрудников ждут строгого соблюдения принятых в компании норм и правил поведения, то есть благонадежности.

Помимо факторов влияющих на благонадежность сотрудников, которые выделяют специалисты в три группы (документально зафиксированные факты биографии, сведения неформального характера, черты характера) и которые проверяются службой экономической безопасности, необходимо также выделить и факторы влияющие на повышение надежности вновь принятых или «старых» работников, как-то: разработка и вступление в силу системы мотивации, способы влияния на лояльность персонала и на количество и качество контрольных мер.

Основа мотивации отражает как исторический преходящий характер управленческих концепций, так и общественно-историческую обусловленность развития мотивов. Рассмотрение кадровой безопасности предприятия в связи с мотивацией поведения людей и персонала представляется более конструктивным, чем узкая его трактовка (способы сохранения коммерческой тайны). Поэтому управление мотивацией сотрудников средствами кадровой политики (оценка, контроль, формирование) – есть одна из эффективных мер обеспечения безопасности наряду с другими.

Стратегия построения системы мотивации, которая удерживала бы сотрудников от неожиданного перехода на другое место работы или от сознательной передачи коммерческой информации конкурентам зависит от ее целей, возможностей, подобранного персонала и его потребностей.

Существует множество теорий мотивации, которые практически не используются в настоящее время при обеспечении каровой безопасности предприятия. С точки зрения классификации Х. Шольца, они делятся на три главных направления (в зависимости от предмета анализа):

1. Теории, в основе которых лежит специфическая картина работника – человека («ХУ» – теория Д. Макгрегора, «Z» – теория В. Оучи);

2. Внутриличностные теории − содержательные потребностно-мотивационные теории (раскрывающие причины того или иного поведения людей – идентификация внутренних побуждений – и пытающиеся ответить на вопрос «что?») (А. Маслоу, Д. Мак Клелланда, К. Альдерфера, Ф. Герцберга);

3. Процессуальные теории (пытающиеся ответить на вопрос «как?») (Д. Аткинсона, С. Адамса, Б. Скиннера, теория ожидания В. Врума, модель мотивации Лоулера – Портера) [1, с.181].

Указанные теории строятся на осознании человека работником и необходимости удовлетворения им своих потребностей. Человеческие

потребности безграничны, и любой уровень заработной платы со временем будет казаться недостаточно высоким. Ресурсы, которые могут использоваться для выплат работникам, ограничены, и руководителям волей-неволей приходится искать нематериальные способы мотивации и стимулирования персонала.

В настоящее время общепризнанным является использование методов мотивации приведённых на рисунке 1.

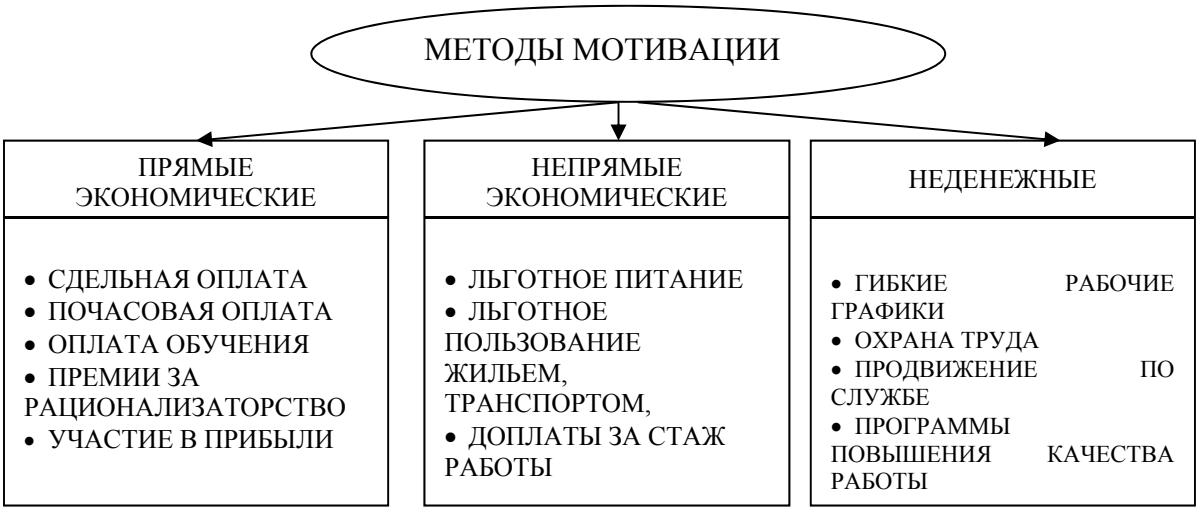


Рис. 1. Классификация методов мотивации [2, с.81]

Сейчас в системе стимулирования наряду с развитием материальных (прямых и непрямых экономических методов) переживают второе рождение уже подзабытые моральные (неденежные) методы, которые можно соотнести с атрибутами «советской» эпохи: грамоты, «Доски почета», соревнования между отделами, рабочими группами и т. п. При этом критерий «оцененности труда» при росте профессиональной компетенции достаточно быстро становится определяющим. Человеку просто необходимо, чтобы его труд ценили и хвалили, важно осознавать собственную значимость. Не требуя никаких материальных затрат, этот способ мотивации при умелом применении вполне может потягаться по достигаемым с его помощью результатам с материальным поощрением.

Заключение. В тоже время необходимо для обеспечения кадровой безопасности применять и другие, уже более современные инструменты мотивации, пришедшими из зарубежной практики, являются тренинги, например, по коммуникативному общению, психологической совместимости, продажам и т. д., позволяющие объединить сотрудников в команду, повысить эффективность продаж или производительность труда. Каждый тренинг должен сопровождаться отчетом, который затем анализируется:

- рассматриваются ситуации, происходившие на семинаре;
- даются развернутые характеристики участников;

- анализ сильных и слабых сторон каждого участника по тематике тренинга. Этот анализ позволит как руководителю, так службе персонала и сотрудникам службы безопасности предприятия не только выявить слабые и сильные стороны сотрудников, но и оценить их поведение в различных ситуациях, в том числе и экстремальных, оценить не угрожают ли работники безопасности предприятия.

Однако наилучшим способом мотивации персонала является отождествление сотрудника и предприятия. «Мои цели – это цели предприятия. Мои интересы − это его интересы». Если работники рассуждают подобным образом, разделяют цели и миссию предприятия, то переманить их на сторону или выведать у них конфиденциальную информацию будет практически невозможно. Однако это возможно лишь в том случае, если люди будут уверены, что их карьера будет развиваться наилучшим образом именно на данном предприятии. Причем ее развитие будет зависеть не от прихотей вышестоящего начальства, а подчиняться долгосрочному плану, предусматривающему и материальную заинтересованность, и профессиональный рост сотрудника.

Список литературы

1. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации [Текст] / В.П. Пугачев. − М.: Аспект Пресс, 1998. – 279 с.
2. Менеджмент персонала [Текст] / Л.В. Балабанова, С.И. Коломыйцева, Л.А. Полонская и др.; под. ред. Л.В. Балабановой. – Донецк: Донбасс, 1996. – 132 с.
3. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента [Текст] / Э.А. Уткин. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2000. – 352 с.

УДК 336.13: 336.145.2

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ДНР (НА ПРИМЕРЕ ГПОУ «ДОНЕЦКИЙ ЭЛЕКТРОМЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»)

Бычкова О.В., канд. экон. наук, доцент, ***Мышляева А.В.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
ovb13575@mail.ru

Введение. Значение финансирования бюджетных учебных заведений для ДНР трудно переоценить. Финансирование образования – это капиталовложения со стороны республики в будущее населения. В условиях экономического кризиса, финансирование образования и науки в полномасштабном объеме кажется невозможным. Несмотря на это, проблему объективного определения объемов финансирования стараются решать на основе нормативного метода финансирования образования, как

создающего предпосылки для рационального использования средств государственного бюджета и качественной подготовки специалистов на уровне требований образовательного стандарта [1, с. 75-84].

По этой причине, финансированию учебных заведений посвящено множество научных публикаций таких ученых, как: А. Бойко, В.Г. Борисенко, С.А. Черепанова, Ю.Б. Шаповал, А.Ю. Боголиб, Я.Г. Бучковская, А.В Величко [1], А. Демьянчук, М. Лукашенко, В. Марцинкевича, Я. Нейматова, Г. Хога. Особое внимание в научных работах вопросу организации контроля за сметами доходов и расходов бюджетных учреждений уделял М.П. Крупко. Оценивая результаты исследований указанных ученых, можно сделать вывод: необходимо дальнейшее исследование проблемных вопросов финансового обеспечения учреждений образования с учетом различных источников финансирования и зарубежного опыта.

Цель исследования – теоретическое и практическое изучение вопросов бюджетного финансирования, а также обоснованного составления смет доходов и расходов для обеспечения продуктивной работы бюджетного учебного учреждения (на примере ГПОУ «Донецкий электрометаллургический техникум» («ДЭМТ»)).

Основные результаты. С целью изучения современных тенденций функционирования и масштабов финансирования необходимо понимать, что образование – общественное явление, которое влияет на все сферы экономической жизни общества и является весомым элементом на пути достижения высоких темпов обучения подрастающего поколения, его воспитания и подготовки кадров. Чем выше ценность образовательного капитала, тем больше экономический выигрыш общества. Согласно Закону ДНР № 55-IНС «Об образовании» [2], республика обязуется обеспечивать бюджетные ассигнования на образование. Расходы на образование осуществляются за счет республиканского бюджета.

К факторам, которые определяют особенности финансирования учебных заведений, следует отнести такие, как: организационно-правовая форма управления и форма собственности, уровень ВВП, размеры доходов, налоговое законодательство, способ формирования бюджета, объемы государственного заказа на подготовку специалистов, тип и уровень аккредитации вузов, спрос на образовательные услуги, объемы спонсорской помощи, уровень конкурентоспособности вузов [3, с. 133-137].

Однако выделенных средств на отрасль не хватает для достижения ее главной цели в сфере образования – создание условий для реализации права граждан на получение качественного полного общего образования [4, с. 111]. Так, в 2018 г. ГПОУ «ДЭМТ» была отправлена заявка на поступление средств из бюджета в размере 26649195 руб., фактически поступило 24 956 834,6 руб. В частности, средств на заработную плату было выделено 12 426 050,3 руб., что составляет 50 % от общего объема поступлений. На стипендиальные выплаты было выделено 5 267 355 руб. из запрошенных 5 344 186 руб., что соответствует 21 % объема поступлений.

Вследствие невыполнения обязательств по финансовому обеспечению учреждения образовательной сферы вынуждены работать по принципам минимальной достаточности и многоканального финансирования образования (включая внебюджетные источники), опираясь при этом на поддержку местных органов власти, благотворительных взносов юридических и физических лиц.

Проведенный анализ деятельности ГПОУ «ДЭМТ» позволил определить следующие проблемы формирования и использования финансовых средств:

1. Недостаток организации финансирования. Финансирование бюджетного учреждения осуществляется только по одному каналу, через средства бюджета. А так как в современных условиях средства бюджета являются достаточно ограниченным ввиду недостатка их собственных налоговых и неналоговых доходов, то бюджетное финансирование учреждений может быть достаточно нестабильным. В соответствии с этим, возникает необходимость использования такого ресурса как бюджетная многоканальность, которая означает финансирование ГПОУ «ДЭМТ» как из бюджетов различных уровней, так и путем привлечения средств иных юридических лиц. Это позволит обеспечить стабильное формирование бюджетных средств в общем объеме финансирования;

2. Недостаточно эффективное использование получаемых ресурсов. В современных условиях создается такая ситуация, при которой многие бюджетные учреждения недостаточно заинтересованы в том, чтобы эффективно управлять не только своими доходами, но и расходами, больше внимания уделяя тому, чтобы добиться утверждения необходимых им лимитов бюджетных обязательств. При этом необходимость экономии на расходах практически не берется в расчет;

3. Недостаточно эффективное использование такого доходного ресурса, как внебюджетное финансирование. В условиях недостатка и строгой ограниченности средств бюджетного финансирования данный источник доходов (средства за контрактное обучение студентов) выходит на первый план. В результате поток абитуриентов учреждения увеличится, что приведет к дополнительному доходу. В данной связи главными условиями получения средств является наличие благоприятного имиджа ГПОУ «ДЭМТ» в отличие от своих конкурентов.

Также, следует отметить, что может применяться такой ресурс, как спонсорская помощь предприятий, которому требуются молодые кадры, а также помощь отдельных лиц.

Заключение. Эффективное развитие образовательных учреждений в ДНР требует кардинального совершенствования механизмов их сметного финансирования. Современная система бюджетного финансирования учреждений среднего профессионального образования не решает ключевых задач перераспределения финансовых ресурсов в пользу тех, кто больше всего в этом нуждается. Кроме средств бюджета, источниками

финансирования учреждения могут быть средства за контрактное обучение студентов или взносы физических и юридических лиц, другие средства, не запрещенные законодательством ДНР, которые являются лишь дополнительными финансовыми ресурсами.

Список литературы

1. Величко А.В. Вопросы бюджетного финансирования учебных заведений [Текст] / А.В. Величко, И.В. Калько // Образование Донбасса. − 2007 − № 5. − С. 75-84.
2. Закон ДНР «Об образовании» от 19.06.2015 г. № 55-IНС [Электронный ресурс]. // Народный Совет ДНР. − Режим доступа: https://dnrsovet.su/zakon-dnr-ob-obrazovanii (дата обращения: 10.09.2019).
3. Шумар, Н.Л. Научные основы построения эффективного механизма бюджетного финансирования образования [Текст]/ Н.А. Шумар // Государство и регионы. −2007. − № 5. − С. 133-137.
4. Мирошкин Н.П. Финансы бюджетных учреждений: учебное пособие [Текст] / Н.П. Мирошник. – Ижевск: ИЭ Уральского отделения РАН, 2005. – 111 с.
5. Приказ Министерства финансов Донецкой Народной Республики №58 от 23.05.2017 г. «Об утверждении Порядка составления и исполнения плановых документов в бюджетном процессе» [Электронный ресурс] // Министерство финансов ДНР. − Режим доступа: https://minfindnr.ru/prikaz-58-ot-23-05-2017 (дата обращения: 10.09.2019).

УДК 330.14

«БЕГСТВО» КАПИТАЛА КАК ФАКТОР ДЕСТАБИЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Давлианидзе Я.С., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
D-K.Yana@mail.ru

Введение. Одним из фундаментальных факторов экономического развития является капитал. Накопление капитала предшествует качественным экономическим изменениям и повышению эффективности экономики в целом. Однако процессы, связанные с накоплением капитала, не являются устойчивыми и тесно связаны с трансформационными процессами в экономике.

В условиях интернационализации мирового производства и расширения финансовых услуг, растущая часть мировых финансовых потоков следует за мировыми теневыми и полулегальными каналами движения капитала. Ключевое место в этом процессе принадлежит «бегству» капитала, что приводит к деструктивному влиянию на развитие экономики и является реальной угрозой экономической безопасности.

Многоаспектность проблемы «бегства» капитала за рубеж и способы его регулирования исследовали такие ученные, как Л.И. Абалкин, А.С. Булатов, С.Ю. Глазьев, А.Н. Захаров, В.К. Сенчагов, А.В. Фролов и др.

Однако многие аспекты этой научной проблемы являются до сих пор дискуссионными, недостаточно раскрытыми и требуют дальнейшего исследования.

Целью исследования является теоретическое обобщение особенностей «бегства» капитала как экономического феномена, а также определение возможных направлений сокращения его масштабов.

Основные результаты. В трактовке специалистов Международного Валютного Фонда (МВФ) при выявлении феномена «бегства» капиталов первостепенными становятся аспекты легальности (нелегальности) перевода денег и факт наличия не экономических факторов ухода денежных средств из государства. Следовательно, в определение «бегство» капитала специалисты МВФ включают все без исключения виды оттока средств, превышающие нормальное передвижение денежных средств в соответствии со стратегией диверсификации международного портфеля, в частности:

1. Все случаи вывода денежных средств вследствие нелегальных операций.

2. Отток денег, заработанных легальным способом, при идущих в разрез с законом вследствие нарушения мер регулирования денежных средств (либо ухода от уплаты налогов).

3. Абсолютно легальный отток денег в соответствии с действующими законами, при этом, обусловленный неэкономическими причинами, например, общественно-политическая неопределенность.

Основные причины «бегства» капитала из развивающихся стран, как правило, лежат в экономической сфере и объясняются экономическими интересами собственников или законных владельцев бегущих капиталов: отсутствие условий для безрискового инвестирования; повышение роли и влияния транснациональных корпораций; высокий темп инфляции; усиление долларизации экономики; высокий уровень налогообложения в стране; «отмывание» в легальной экономике другой страны незаконного «теневого» капитала; недостаточное регулирование операций по экспорту капитала; низкая эффективность валютного и экспортного барьеров; несовершенство таможенного контроля и т.д.

Как показывает мировая практика, основными формами полулегального и нелегального «бегства» капитала являются:

- фальсификация стоимости товаров и услуг во внешней торговле;
- доставка товаров в недостаточном объеме либо по ценам, отличающимся от цен в представленных счетах;
- расчеты путем товарообмена без использования СКВ;
- невозврат валютной выручки;
- взаиморасчеты без заключения договоров между резидентами и нерезидентами, в результате которых отсутствует перемещение платежных средств через границу;

- создание «фирм-однодневок» и дочерних компаний, зарегистрированных в оффшорной зоне.

«Бегство» капитала, безусловно, является негативным явлением, поскольку экономика теряет и без того ограниченные финансовые ресурсы (рис. 1). «Бегство» капитала имеет следующие общеэкономические последствия для развития всех секторов национальной экономики:

- сужение базы налогообложения (реальной и потенциальной);
- потеря монетарными властями контроля над денежными агрегатами;
- нарушение устойчивости финансовых рынков;
- снижение потенциала роста производства;
- снижение объемов кредитования частного сектора экономики;
- влияет на динамику валютного курса, ослабление которого стимулирует рост потребительских цен.

К основным барьерам для вывоза капитала за границу можно отнести:

- создание выгодных экономических условий для возврата уже вывезенного капитала;
- усиление таможенного и банковского контроля;
- гарантии банковских вкладов населения;
- изучение методов и случаев вывоза капитала;
- оценка масштабов и форм использования капитала для инвестиций в экономику;
- оптимизация законодательства по регулированию экспорта капитала.

Реализация выше перечисленных мероприятий может в какой-то мере замедлить темпы роста «бегства» капитала и обеспечить экономическую безопасность государства.

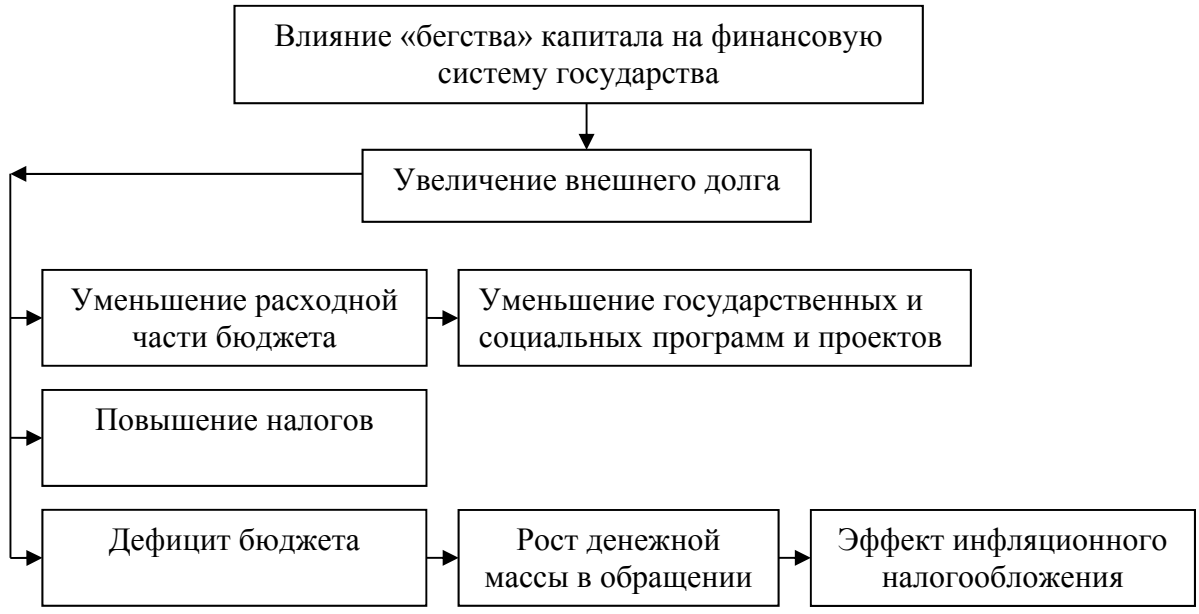


Рис. 1. Влияние «бегства» капитала на финансовую систему государства

Заключение. Масштабное «бегство» капитала является негативным явлением, свидетельствующим о неустойчивости и неэффективности функционирования всей экономической и финансовой системы государства. Поэтому каждому государству необходимо выбрать свой путь противодействия «бегству» капитала: либерально-рыночный, либерально-административный или административный.

Список литературы

1. Бернштам Б.Е. Особенности «бегства капитала» из России [Электронный ресурс] / Б.Е. Бернштам // Вестник Томского гос. университета. – Экономика. – 2013. – №3 (23). – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-begstva-kapitala-iz-rossii.
2. Loungani P. Capital flight from Russia [Электронный ресурс] / P. Loungani, P. Mauro // IMF Policy Discussion Paper 2000. – Режим доступа: http://www.imf.org/external/pubs/ft/pdp/2000/pdp06.pdf.
3. Чувахина Л.Г. Масштабы утечки капитала из России [Текст] / Л.Г. Чувахина // Академия бюджета и казначейства Минфина России. Финансовый журнал. – 2010. – №4. – С. 25–34.
4. Шабейкина Я. А. Оффшорные компании как метод оптимизации налогообложения [Электронный ресурс] / Я. А. Шабейкина // ScienceTime. – 2014. – №4 (4). − Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/offshornye-kompanii-kak-metod-optimizatsii-nalooblozheniya.

УДК 334.7:65.011.4

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Донец Л.И., канд. экон. наук, профессор, ***Яковенко Я.А.***
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и управления им. М. Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
lubovdonets@gmail.com

Введение. Современная экономика Донецкой Народной Республики находится во власти инноваций и быстро меняющейся информации, что стирает понимание стабильности и сбалансированности экономической системы общества. Обеспечение развития и роста субъектов предпринимательской деятельности на данном этапе диктуется необходимостью использования прогрессивных форм и новых механизмов ресурсного обеспечения, основанных на инновационном потенциале субъектов предпринимательской деятельности, направленных на повышение их конкурентоспособности.

Цель исследования состоит в обосновании положений о целесообразности использования инновационного потенциала как ведущей

составляющей ресурсообеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности Донецкой Народной Республики.

Основная часть. Одним из характерных особенностей экономической среды Донецкой Народной Республики является нестабильность, в связи с чем у субъектов предпринимательской деятельности появляется потребность в мониторинге и исследовании окружающей действительности, проведении оценки негативных факторов, выявлении своих сильных сторон и потенциальных возможностей для создания инновационного потенциала как составляющей компоненты ресурсообеспечения их конкурентоспособности [1, с. 200].

Направления ресурсного обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности, с одной стороны, определяются финансовыми, кадровыми, материальными и другими ресурсами, которыми они располагают в настоящий момент, а с другой – интеллектуальными ресурсами и инновациями, которые ориентированы на стратегическое развитие.

Исходя из вышеизложенных посылок, логично сделать вывод о том, что инновационный потенциал становится ядром ресурсного обеспечения конкурентоспособности предприятия, органично входя в его составляющие – научно-технической, кадровой, производственной, технологической, финансовой и другой, и определяет потенциальную возможность предприятия относительно осуществления инновационной деятельности [2, стр. 214-215].

Рассмотрению проблем инновационной деятельности субъектов предпринимательства и сущности ее ресурсного обеспечения посвящены работы отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Научный анализ различных подходов к повышению эффективности обеспечения инновационной деятельности, причин возникновения негативных тенденций в осуществлении инноваций проведен в работах В. Александровой, А. Гальчинской, В. Горника, М. Денисенко, А.Ерошкина, В.Павловой М.Черкасова и других.

Несмотря на многообразие исследований, посвященных финансовому, организационному, материальному, информационному обеспечению инновационной деятельности, существуют вопросы, которые остаются недостаточно разработанными как в теоретическом, так и в практическом плане. Остаются нерешенными и требуют дальнейшего научного исследования вопросы формирования инновационного потенциала как составляющей компоненты ресурсного обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательства.

С точки зрения авторского понимания ресурсное обеспечение конкурентоспособности субъектов предпринимательства – это целенаправленный управленческий процесс, включающий комплекс мер, направленных на сбалансированность ресурсной базы в соответствие со

стратегией развития предприятия в конкурентной среде его функционирования и обеспечивающих минимизацию рисков в условиях неопределенности и турбулентности внешней среды.

Мировой опыт подтверждает, что обеспечить конкурентоспособность экономики трудно без широкомасштабной поддержки инновационной деятельности [3]. Это обусловлено такими причинами:

- возрастающим значением инноваций как для повышения эффективности деятельности субъектов предпринимательской деятельности, так и для развития экономики страны в целом;
- необходимостью существенных преобразований в сфере организации и регулирования финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательской деятельности, обусловленных актуальностью перехода к инновационному направлению развития экономики;
- созданием комплексной системы управления инновационными процессами;
- недостаточной научно-методической разработкой проблем ресурсного обеспечения инновационной деятельности, что определяет потребность в исследованиях, направленных на формирование эффективной инновационной стратегии развития субъектов предпринимательской деятельности [1].

Можно констатировать тот факт, что формирование инновационного потенциала субъектов предпринимательской деятельности и перераспределение основных видов ресурсов в инновационную сферу сдерживается недостаточным уровнем финансирования; недостаточностью или недостоверностью информации о рынках сбыта; высокими кредитными ставками; несовершенством законодательной базы в сфере инноваций, налоговой системы и льготного режима; миграцией специалистов высокого уровня, ученых.

О роли и значении инновационной деятельности в разработке и реализации ресурсного обеспечения конкурентоспособных субъектов предпринимательства в определенной экономической среде наглядно свидетельствуют цели и задачи, которые позволяют достичь и реализовать сами по себе инновационные решения: обеспечение высоко уровня конкурентоспособности субъекта предпринимательской деятельности; обеспечение адаптации и распространения инноваций в действующей экономической среде; инновационное развитие субъектов предпринимательства через переход на новый технологический уровень функционирования.

Заключение. Таким образом, изучение, формирование и развитие инновационной составляющей ресурсного обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности, его применение в экономической среде Донецкой Народной Республики способствуют выходу предпринимательства на качественно новый уровень функционирования.

Список литературы

1. Черкасов М.Н. Важность ресурсного обеспечения инновационной деятельности в период экономического спада / М.Н. Черкасов // Альманах современной науки и образования. − Тамбов: Грамота, 2013. − № 4 (71). − С. 200-203.
2. Конкурентоспособность предприятия: управление, оценка, стратегия: монография / В.А.Павлова, О.В.Кузьменко, В.М. Орлова, Г.А. Рыжкова. – Д.: Изд-во ДУЭП имени Альфреда Нобеля, 2011. – 352 с. ISSN 978-966-434-128-5.
3. Ерошкин А.М., Плисецкий Д.Е. Роль инноваций в стимулировании роста и повышении конкурентоспособности национальных экономик / А.М. Ерошкин, Д.Е. Плисецкий // Экономический анализ: теория и практика. − 2012. − № 27. − С. 20-30.

УДК 338.432

УГРОЗЫ И РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

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

Введение. Причиной изменения принципов конкурентных отношений является развитие цифровой экономики, которая основана на широком использовании новейших цифровых технологиях, разработке ранее несуществующих систем управления и анализе больших массивов данных. Конкурентная среда в современном мире происходит на базе новых цифровых платформ. Эти условия создают изменения в экономической безопасности государства, бизнеса, домохозяйства, частных лиц и порождают все большее количество возможных угроз для участников экономического процессов и связей.

Одной из ключевых проблем в процессе формирования цифровой экономики является обеспечение информационной безопасности. Экономика выступает одной из сфер, где информация является важным ресурсом. Цифровая модель экономики повышает степень уязвимости информации.

Цель исследования – анализ эффективности функционирования системы информационной безопасности в условиях цифровой экономики.

В рамках данного исследования применялись теоретические методы: аналитический обзор теоретических источников, анализ статистической информации, обобщение и представление результатов исследования в графическом виде.

Основные результаты. Одной из угроз цифровой экономики является киберпреступность. Она заставляет экономических и государство выделить основные задачи по предотвращению киберугроз в направлениях [1]:

1) защита персональных данных человека;

2) безопасность коммерческих информационных систем;

3) безопасность информационных систем государственных структур;

4) защита рабочей среды, технологий и инструментов.

В данных условиях глобальные масштабы обретает вопрос защиты персональных данных. Личная информация становится одним из ценнейших активов. Наблюдается рост случаев утечки информации. В первом полугодии 2018 г. аналитический центр InfoWatch зарегистрировал 925 случаев утечек конфиденциальной информации – на 10 % больше, чем за аналогичный период 2016 г[2].

В целях решения проблемы утечки информации необходимо выявить факторы, которые способствуют потере информации. Внешние атаки обусловили 10 из 20 зафиксированных «мегаутечек» (свыше 10 млн. ПДн на каждую), на которые пришлись 7,68 млрд. скомпрометированных записей (98 % общего числа). В 43 случаях объем скомпрометированных данных превысил 1 млн. записей. В 53 % случаев виновными в утечках оказались сотрудники компаний, в 2 % случаев высшие руководители и иные привилегированные пользователи (рис. 1).

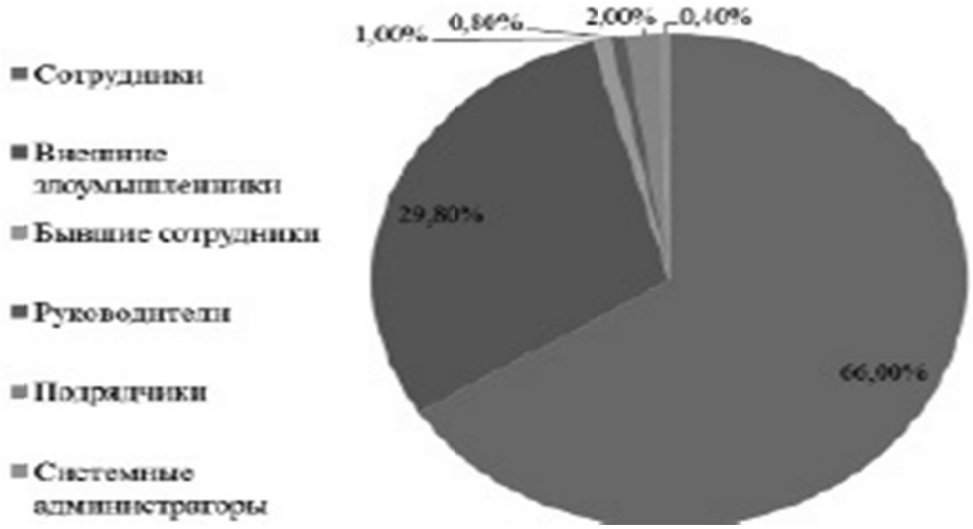


Рис. 1. Причины утечек информации в 2018 г.

Модель цифровой экономики, на основе которой строится цифровая экономика в большинстве стран, является преимущественно американской. В Российской Федерации разрабатывается и предлагается свой вариант цифровой экономики.

Защищенность информационных систем имеет для страны стратегическое значение. Вместе с тем ситуация явно обостряется ростом уровня угроз в информационном пространстве, при этом методы, способы и средства таких преступлений закономерно становятся все изощрённее, что требует адекватных мер по повышению киберустойчивости субъектов финансового рынка. В качестве одного из инструментов защиты экономической информации выступает криптография.

Технологии криптографии позволяют реализовать следующие процессы информационной защиты:

- идентификацию объекта или субъекта сети или информационной системы;
- аутентификацию объекта или субъекта сети;
- контроль/разграничение доступа к ресурсам локальной сети или внесетевым сервисам;
- обеспечение и контроль целостности данных.

Помимо этого, должны быть приняты национальные стандарты киберфизических систем [3]. Необходимо обеспечить контроль обработки и доступа к персональным данным, большим пользовательским данным, в том числе в социальных сетях и прочих средствах социальной коммуникации. Создание национального и региональных центров реагирования на компьютерные инциденты обеспечит также высокий уровень информационной безопасности.

Заключение. В российской экономике цифровая трансформация будет оказывать возрастающее влияние на разные отрасли. ВВП до 2025 г. согласно всем расчетам должен увеличиться от 0,4 % до 0,9 % в связи с внедрением цифровой экономики. Сравнение этого роста с темпами роста прогнозов российской экономики позволяет сделать вывод, что цифровизация приведёт к росту ВВП с 2018–2025 гг. от 19 % до 34 %.

В наше время это самая актуальная тема для развития любой страны. Цифровая экономика может приводить к возникновению «умных» городов, транспорта и сельского хозяйства, отсутствию цифрового неравенства отдельных регионов, повышению цифровой грамотности у населения. Так же человечество может столкнуться и с отрицательными сторонами данной сферы: нарушение безопасности конфиденциальности личных данных населения, засорение информационного пространства, дефицит высокообразованных кадров и, наоборот, появление большого количества безработных людей, которые появились в результате внедрения цифровой экономики. В данном случае преимуществ будет больше, чем недостатков, поэтому необходимо развивать данную сторону экономики и внедрять её во всех регионах.

Список литературы

1. Романова, Ю.Д. Информационные технологии в управлении персоналом [Текст]: учеб. и практикум / Ю.Д. Романова, Т.А. Винтова, П.Е. Коваль, П.А. Музычкин. – М.: 2015. – 350 с.
2. Информационная безопасность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.securitylab.ru/news/tags/%E8%ED%F4%EE%F0%EC%E0%F6%E8%EE%ED%ED%E0%FF+%E1%E5%E7%EE%EF%E0%F1%ED%EE%F1%F2%FC. (Дата обращения: 14.09.2018).
3. Информационная безопасность в условиях цифровой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=37239. (Дата обращения: 14.09.2018).

УДК 338.24

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

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

Введение. В данный момент времени, в тяжелых условиях экономической и политической нестабильности в Донбассе функционирование производственных предприятий, а в особенности предприятий мясной промышленности крайне важны. Работа осложняется наличием большого количества факторов внешней среды, которые быстро и непредсказуемо изменяются. Особенно сложно приходится предприятиям птицеводческого сектора из-за недобросовестной конкуренции со стороны польских, а иногда и российских производителей.

В этих условиях значительно повышается актуальность эффективного управления стратегическим потенциалом предприятия, поскольку результаты исследований свидетельствуют о том, что большинство предприятий не достигают своих стратегических целей.

В основе современной концепции стратегического управления лежат исследования таких зарубежных ученых, как И. Ансоф, Д. Аакер, Р. Акофф, К. Боумен, П. Друкер, Б. Карлофф, Ж. Ламбен, Г. Минцберг, М.Х. Мескон, М. Портер, А. Томпсон, Г. Хамел. Огромное влияние на современное стратегическое управление оказали труды отечественных ученых: Л.В. Балабанова, Е.М. Азимина, О.С. Виханский, И.М. Кирчата, М.О. Кизим, А.П. Наливайко, В.В. Пастухова, В.Д. Немцов, А.А. Пелипенко, А.Г. Сименов, С.Я. Слыга, З.Е. Шершнева.

Отдельные вопросы внедрения стратегического управления в деятельность предприятий мясной промышленности рассматривали такие авторы как: И.С. Гусев, Д.В. Семенов, С.А. Ушаков, И.Р. Леман, А.А. Соловьев, И.Ж. Мурзина, А.Б. Алхатиб.

Что касается вопросов формирования и использования стратегического потенциала предприятия, то они не достаточно изучены, этими вопросами занимались: О.С. Федонина, И.П. Отенко, Е.В. Лапина, Н.С. Краснокутская, О.В. Израилева, О.Д. Гудзинский, Т.С. Бронникова, Т.А. Алимбаева. В основном исследователи отмечают важность изучения и оценки стратегического потенциала предприятия и сложность этой экономической категории

Целью данной работы является исследование сущности дефиниции «стратегический потенциал предприятия»; определение структурных элементов стратегического потенциала предприятия, состава антикризисного потенциала предприятия.

Основные результаты. Рассмотрим более подробного некоторые аспекты определения понятия «стратегический потенциал предприятия», установив его сущность и структуру.

Основой для выделения понятия «потенциал предприятия» являлась использованная в современной науке ресурсная теория, которая определяла, что успех и эффективность хозяйственной деятельности предприятия зависят не только от наличия определенных видов ресурсов, но и их использования. Дальнейшую эволюцию дефиниции «потенциал предприятия» продолжает результативный подход, который гласит, что это совокупность возможностей предприятия достигать определенных результатов деятельности. И наконец, стратегический подход – это совокупность возможностей предприятия, которые могут быть использованы для достижения как глобальных, так и локальных стратегических целей. И так, возникает понятие «стратегический потенциал предприятия».

Чтобы существовать в окружающей среде в долгосрочной перспективе и достигать желаемых результатов, предприятию необходимо устанавливать именно стратегические цели, определять и оценивать стратегические альтернативы, формировать и использовать свой стратегический потенциал.

В современной экономической литературе, прежде всего, у таких авторов как: Л.В. Балабанова, О.С. Федонин, И.С. Фоломкина, Л.В. Фролова происходит отождествление понятий «потенциал предприятия» и «стратегический потенциал предприятия».

Существует так же другая группа авторов: Н.В. Касьянова, П.Г. Кливец, В.Н. Гавва, которые выделяют стратегический потенциал в отдельную экономическую категорию. Обобщение мнений авторов стратегической концепции дало возможность предложить следующее определение понятия «стратегический потенциал предприятия» по аналогии с определением потенциала:

Потенциал предприятия – это совокупность возможностей предприятия, используя все имеющиеся ресурсы, осуществлять результативную хозяйственную деятельность, направленную на долгосрочное выживание в окружающей среде и достижение поставленных целей. Стратегический потенциал предприятия – это совокупность текущих и будущих возможностей предприятия относительно достижения стратегических целейи реализации стратегий развития за счет наиболее эффективного использования стратегических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности [1].

Можно заметить, что и то и другое определение охватывает все аспекты хозяйственной деятельности предприятия, заключается в совокупности имеющихся и будущих в перспективе возможностей эффективного использования ресурсов предприятия для достижения своих целей.

По мнению С.Б. Алексеева принципиальной разницы между определениями нет, поэтому и позволено их отождествлять, используя в дальнейшем единое понятие «стратегический потенциал предприятия». И все же различия существуют в использовании. На данном этапе развития предприятий использование понятия потенциал предприятия допустимо уже только в рамках краткосрочного планирования, так как в долгосрочном и стратегическом планировании имеет место только стратегический потенциал предприятия, он необходим как база для развития современной экономики. Возможность использовать ресурсы предприятия (при чем все: производственные, технологические, организационные, финансовые, инновационные, маркетинговые, фондовые, научно-технические, трудовые, управленческие, информационные, логистические и т.д.) – это потенциал предприятия.

Необходимость использовать все ресурсы предприятия внутренней и внешней среды, создавать эти ресурсы, путем формирования стратегического потенциала предприятия – это жесткие требования рынка для предприятий Донбасса, в условиях сложной социально-экономической обстановки.

Таблица 1

Классификация структурных элементов стратегического потенциала (на основе источника 1)

Виды ресурсов	В материальной форме; нематериальная форма-способности к созданию максимума материальных благ и услуг, способности управленческого звена использовать ресурсы.
Уровень управления	Целесообразно выделение общего управления стратегией, стратегического управления, и управления формированием стратегического потенциала
Функции	Это производственная, управленческая, организационная, маркетинговая, трудовая, инновационная, финансовая.
Объекты исследования	Ресурсная и результирующая составляющая стратегического потенциала
Степень реализации	Достигнутый на момент оценки и возможный потенциал.
Иерархия потенциалов	Отраслевой, предприятия, отдельных направлений деятельности предприятия, бизнес единиц.
Сфера реализации	Возможности содержащиеся во внешней среде предприятия и соответствующие им внутренние необходимости.
Степень использования ресурсов	Это активная часть – в данный момент используются для решения стратегических задач; пассивная – это ресурсы которые не привлечены, но имеются и могут использоваться в перспективе, а так же не имеющиеся, но необходимые для реализации стратегии предприятия.
Уровень обеспеченности	Достаточный стратегический потенциал и недостаточный или отсутствующий, требующий активного формирования.

Основные научные подходы к определению структуры стратегического потенциала предприятия были сгруппированы по пяти

категориям: глобальный подход, функциональный подход, процессный подход, ресурсный подход, блочно-модульный подход [1].

Обобщение научных мнений исследователей по структуризации элементов потенциала предприятия, подтверждает необходимость применения комплексного подхода для осуществления этого действия, охватывающего многие экономические категории табл.1.

Следует обратить внимание, что все предложенные элементы классификации исследователи предлагают включить в состав антикризисного потенциала предприятия. Это дает основания использовать данную классификацию предприятиями нашего региона в осуществлении своего стратегического управления.

Заключение. В ходе исследования было установлено, что различия в определениях «потенциал предприятия» и «стратегический потенциал предприятия» существуют исключительно в использовании. На данном этапе развития предприятий в стратегическом планировании имеет место только категория стратегический потенциал предприятия.

Для успешного развития предприятий мясной промышленности, в условия недостаточности ресурсов и нестабильной социально-экономической обстановки в регионе, необходимо обратить внимание на стратегический потенциал предприятия, как экономическую категорию, которая способствует значительному увеличению конкурентоспособности предприятий.

Список литературы

1. Алексеев С.Б. Управление стратегическим потенциалом торгового предприятия: теория и методология. Монография [Текст] / С.Б. Алексеев. − Донецк: ДонНУЭТ имени М. Туган-Барановского. − Краматорск: «Каштан», 2015. − 492 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. − М.:Экономика, 1989. – 358 с.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь [Текст] / А.Б. Борисов. − М.: Книжный мир, 2003. − 895 с.
4. Кальницкая И.В. Управление организацией: модели информационных систем: монография [Текст] / И.В. Кальницкая. − М.: ИТД «Университетская книга», 2009. – 313 с.
5. Нелюбова Н.Н. Бюджетирование в системе стратегического управленческого учета: сбор, анализ и использование стратегической информации [Текст] / Н.Н. Нелюбова, И.В. Якова // Вестник ВолГУ; Серия 3 «Финансы. Бухгалтерский учет». − 2008. − №1(12). − С.69-73.

УДК 330.101.54

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ковтун Е.В.
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР
elena.kovtun@bk.ru

Введение. Инвестиции – это имущественные и неимущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли и достижения определенного эффекта.

Цель исследования – изучение теоретических положений формирования и реализации инвестиционного потенциала предприятия.

Основные результаты. Главной целью осуществления инвестиций является получение дохода и выгоды. При этом под выгодой понимается получение предприятием дополнительной прибыли и сохранение достигнутого уровня рентабельности, снижение возможных убытков, завоевание новых рынков сбыта продукции и т.п. [1, с. 125].

Существует целый ряд факторов, оказывающих наибольшее влияние на предпочтения инвесторов (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на предпочтения инвесторов при формировании инвестиционного потенциала

Фактор	Сущность
Ресурсно-сырьевой	средневзвешенная обеспеченность балансовыми запасами основных видов природных ресурсов
Производственный	совокупный результат хозяйственной деятельности в регионе
Интеллектуальный	образовательный уровень населения
Инфраструктурный	экономико-географическое положение региона и его инфраструктурная обустроенность
Институциональный	степень развития ведущих институтов рыночной экономики
Потребительский	совокупная покупательная способность населения региона
Инновационный	уровень внедрения достижений научно-технического прогресса в регионе

Совокупность данных факторов находит отражение в обобщенном инвестиционном потенциале конкретного предприятия, на основе которого должна выстраиваться оптимальная инвестиционная стратегия, в наибольшей степени отражающая преимущества и максимально сглаживающая недостатки предприятия. Инвестиционный потенциал предприятия, исходя из выше указанных базисных составляющих, представляет собой

потенциал сбалансированного развития, при котором всем собственникам капитальных ресурсов обеспечивается нормальный гарантированный уровень экономического дохода. Современная экономическая ситуация в республике характеризуется ухудшением тенденций развития промышленности. Предприятия работают не на полную мощность, соответственно, снижаются объемы производства, сокращается численность штата, появляется задолженность по заработной плате. В таких условиях промышленным предприятиям необходимо осуществлять свою деятельность только при активном и эффективном использовании инвестиционного потенциала, роль которого имеет огромное значение для самого предприятия и экономики государства в целом.

Существует три аспекта, в рамках которых целесообразно рассматривать инвестиционный потенциал промышленного предприятия: способность реализовывать реальные инвестиционные проекты (капиталовложения), способность привлекать внешние инвестиционные ресурсы, то есть быть привлекательным для инвесторов и возможность осуществлять финансовое инвестирование в качестве дополнительного источника прибыли. С целью расширения и совершенствования производства, любому предприятию необходимы реальные инвестиции, поэтому рано или поздно руководство каждого предприятия задумывается о привлечении внешних финансовых ресурсов. Успешность этого зависит от ряда факторов, в первую очередь, от инвестиционной привлекательности самого предприятия. Инвестиционная привлекательность достаточно сложное понятие, которое включает в себя производственные, финансовые и организационные характеристики.

Инвестиционная деятельность производственного предприятия может и не ограничиваться лишь реализацией реальных инвестиционных проектов. В качестве дополнительного источника дохода можно рассматривать финансовые вложения в ценные бумаги, что требует формирования и выполнения ряда задач. Успешность реализации данных мероприятий будет свидетельствовать об успешной реализации инвестиционного потенциала в части финансового инвестирования [2, с. 214].

В реальных экономических условиях инвестиционные возможности имеют свойство накапливаться, постепенно образуя инвестиционный потенциал. Формирование инвестиционного потенциала происходит под влиянием позитивных и негативных факторов, которые представлены в табл. 2.

В реальных экономических условиях в полной мере представлены факторы обеих групп. Формирование инвестиционного потенциала является закономерным явлением и зависит от того, какая из групп преобладает. Реализация потенциала заключается в устранении в рамках своего круга влияния негативных факторов, которые препятствуют немедленному воплощению инвестиционных возможностей, с целью

максимизации стоимости компании. В соответствии с их соотношения потенциальные инвесторы принимают решение о целесообразности инвестирования, а предприятие выбирает инвестиционную стратегию.

Таблица 2

Факторы, влияющие на инвестиционный потенциал предприятия

Факторы	Положительные	Отрицательные
Внутренние	1. Квалификационный менеджмент 2. Высокий уровень рентабельности продаж 3. Производство инновационного продукта 4. Высокий уровень оборачиваемости капитала	1. Недостаточная квалификация персонала 2. Используемая технология уступает существующим аналогам 3. Неудовлетворительная маркетинговая политика 4. Дефицит оборотных средств
Внешние	1. Инвестиционно-привлекательная политика государства	1. Отсутствие инвестиционно-привлекательной политики государства

Заключение. Таким образом, при рассмотрении данного вопроса сущность инвестиционного потенциала представляет собой важнейшую характеристику состояния и перспективного использования ресурсных возможностей и источников развития предприятия, является решающим в обеспечении экономического роста предприятия, играет важную роль в развитии других ее потенциальных возможностей (производственных, финансовых, маркетинговых и пр.) за счет инвестиционной деятельности. Поэтому его объективная и всесторонняя оценка, позволяющая правильно определить перспективы развития предприятия, развить его сильные стороны, по возможности преодолеть существующие проблемы и недостатки, является весьма значимой и актуальной проблемой.

Список литературы

1. Жуков В.Р. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью предприятия [Текст]: учеб. пособие / В.Р. Жуков. – Донецк: Норд-Пресс, 2006. – С. 211.
2. Лещенко М.И., Демин В.А. Инновационно-инвестиционная стратегия промышленности [Текст]: учеб. пособие / под общей ред. А.И. Вольского – М.: МГИУ, 2017. – 340 с.

УДК:338.43

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РЕГИОНЕ

Комисова М.М.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
azazel2788@mail.ru

Введение. Продовольственная безопасность представляет собой важнейшую составляющую национальной безопасности региона. Для её обеспечения необходимо, прежде всего, усовершенствовать механизм функционирования агропромышленного комплекса, чему и посвящена данная работа.

Целью исследования является разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности крестьянских, фермерских, а также антрепренерских сельскохозяйственных предприятий.

Основные результаты. Для обеспечения продовольственной безопасности региона необходимо, прежде всего, усовершенствовать механизм функционирования агропромышленного комплекса, повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятий сельского хозяйства и других предприятий, смежных отраслей. С этой целью применяются методы микроэкономического анализа, чтобы оценить финансовую и экономическую деятельность предприятий. Для решения вопросов продовольственной безопасности выявим ряд особенностей агропромышленного комплекса как социальной и экономической сферы. Это, прежде всего, наличие основного фактора производства – земли.Существенной производственной особенностью сельского хозяйства является использование земли как средства производства [1]. Несмотря на то, что земля используется для размещения практически любого производства, ее продуктивные свойства при этом не имеют значения, за исключением производств, добывающих полезные ископаемые из недр. В сельском хозяйстве земля используется как непосредственный фактор производства. К примеру, в земледелии используется ее плодородие, т.е. особое свойство гумуса (верхнего слоя почвы) питать растения, которое определяет эффективность земли как ресурса в аграрном секторе. В силу этой зависимости, эластичность предложения сельскохозяйственной продукции на ранних этапах развития аграрного производства была невысокой — чтобы расширить производство, необходимо было увеличить площадь обрабатываемой земли, что требовало значительных затрат денег, труда и времени, а зачастую было просто невозможно. Но земля — это ограниченный ресурс, и ее ограниченность порождает феномен земельной ренты. Земельные участки существенно различаются по своему качеству: одни более плодородны, другие — менее, что определяет земельную ренту

первого порядка. Усовершенствование и различные искусственные нововведения, повышающие плодородие земельных участков, составляют основу земельной ренты второго порядка. Теория земельной ренты составляет один из основных разделов аграрной экономики. Другая производственная особенность сельского хозяйства – высокая зависимость от природно-климатических условий. Даже в странах с высокой аграрной культурой, применяющих высокоинтенсивные технологии в сельском хозяйстве, результаты аграрного производства по-прежнему остаются непредсказуемыми. Засухи, наводнения, вредители, болезни животных и растений делают аграрный сектор сферой относительно рискованного приложения капитала. Специфической особенностью сельскохозяйственного производства является также наличие взаимозависимости и взаимной дополняемости отдельных отраслей, что требует всестороннего обоснования отраслевой структуры аграрных предприятий. Выражением этой особенности является, в частности, то обстоятельство, что значительная доля продукции данной отрасли не приобретает товарной формы, а используется в следующих циклах воспроизводства. В тоже время, несмотря на то, что современный аграрный сектор по организации бизнеса и управления им приближается к индустрии, он отличается от нее, как минимум, двумя особенностями экономического характера, которые вытекают из производственных особенностей сектора [2]. Первая – это циклическая природа сельскохозяйственного производства, обусловленная физическими и биологическими факторами. Второй особенностью является высокая ценовая нестабильность продукции сектора в результате влияния как естественных факторов (в частности, климата), так и конъюнктурных колебаний на рынке сельхозпродукции.Аграрный сектор имеет свои особенности и как социальная система. Сельское население отличается жизненным укладом, что проявляется в гораздо меньшей мобильности и большей приверженности своему роду занятий, чем это имеет место у городского населения. Наиболее распространенная форма сельскохозяйственного предприятия – крестьянское хозяйство, семейная ферма. Для этого предприятия целью функционирования является благосостояние семьи, которое не исчерпывается денежным доходом. Поэтому исходное положение теории фирмы о том, что предприниматель всегда стремится к максимизации своей прибыли, для аграрного сектора в чистом виде неприменимо. Одним из первых эту особенность фермерского хозяйства отметил А.В. Чаянов: изучая многочисленные бюджетные обследования крестьянских хозяйств в России, он пришел к выводу, что мотивация хозяйственной деятельности крестьянина — это не мотивация предпринимателя, а скорее мотивация рабочего на сдельщине, когда он сам определяет время и напряжение работы, т.е. «самоэксплуатирует себя» [3]. В результате возникает эффект так называемой загибающейся кривой предложения. Иначе говоря, возможна ситуация, когда на рост цены на продукцию фермер ответит сокращением ее производства [4].

Чем выше уровень доходов местных аграрных фирм и их работников, тем более высоким будет качество жизни на территориях, где они расположены: богаче дома, больше и качественнее спектр оказываемых коммунальных и общественных услуг, лучше медицинское обслуживание и выше уровень образования. В тоже время, чем выше уровень образования, обеспеченности коммунальными услугами, лучше социальная инфраструктура и эстетическая привлекательность территории, тем больше возможностей применения местными аграрными производителями современных технологий, требующих квалифицированной рабочей силы, более высокая привлекательность данной территории для размещения новых производств, инвестирования в местную производственную базу и инфраструктуру.

Заключение. Учет выделенных особенностей агропромышленного комплекса как экономической и социальной сферы, позволит более эффективно решить проблему продовольственной безопасности в регионе.

Список литературы

1. Асташов Н.Е. Организация сельскохозяйственного производства [Текст] / Н.Е. Асташов. – М.: Академический проект, 2014. – 773 с.
2. Королев Ю.Б. Организация сельскохозяйственного производства и менеджмент [Текст] / Ю.Б. Королев. – М.: КолосС, 2018. – 766 с.
3. Леонова Л.А. Организация сельскохозяйственного производства [Текст]: альбом наглядных пособий / Л.А. Леонова. – М.: Лань, 2017. – 964 с.
4. Шакиров Ф.К. Организация производства на предприятиях АПК [Текст] / Ф.К. Шакиров. – М.: КолосС, 2019. – 650 с.

УДК 338.242: 338.984

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ KPI И ЕЕ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КОМПАНИИ

Кондрашова Е.А., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
w.melon@mail.ru

Введение. Система оценки KPI стала неотъемлемой частью построения эффективного бизнеса. Показатель KPI (Key Performance Indicator) пришел к нам вместе с западноевропейскими компаниями, где он успешно используется уже несколько десятилетий. KPI – это инструмент, который помогает анализировать эффективность определенной деятельности, а также уровень достижения поставленных целей.

Как показывают исследования [1], около 80 % российских топ-менеджеров недовольны существующими в их компаниях системами

оценки результатов деятельности. Используя существующие алгоритмы, они не видят связи между планами, исполнением, результатом и мотивацией. Так, например, KPI часто путают с KRI. В число этих показателей, входят: удовлетворенность потребителя; чистая прибыль до уплаты налогов; прибыльность клиентов; удовлетворенность сотрудников; доходность оборотного капитала. Внедрение KPI помогает полностью изменить картину и позволяет проводить контроль деловой активности сотрудников, подразделений и компании в целом и вывести предприятие на новый уровень [3].

Исследованиями зарубежного опыта использования ключевых показателей эффективности и перспектив их внедрения в практическую деятельность современных отечественных компаний занимались З.С. Прохоров, А.А Онучина, Е.Н. Лопатина, Д.Е. Митрофанов, Г.А. Еремина, Н.Н Кондрашева и др.

Цель исследования – обоснование необходимости внедрения практического опыта реализации системы KPI для отечественных предприятий и компаний, что позволит усовершенствовать механизм управления бизнес-процессами и повысить уровень экономической безопасности в современных условиях неопределенности.

Основные результаты. Полученные результаты исследования практики применения системы KPI, был сформирован вывод о том, что в основе методики лежат две теории – идея контроля и пересмотра целей и управление по целям.

Суть теорий сводится к возможности предвидения результатов по поставленным целям и планирование их достижения за счет выполнения KPI. Система применяется для того, чтобы работники, выполняя текущие обязанности, не забывали о реализации тактических и стратегических целей компании.

Таблица 1

Наиболее распространенные KPI и система их измерения/расчета [4, 5]

KPI	Система измерения/расчета
Коммерческие показатели	
Выручка	План/факт (отношение факта выручки к плану выручки)
Прибыль	План/факт (отношение факта прибыли к плану прибыли)
Дебиторская задолженность (ДЗ)	План/факт (отношение факта ДЗ к плану ДЗ)
Некоммерческие (качественные) показатели	
Своевременность подачи отчетов	План/факт (отношение фактического срока подачи отчета к плановому сроку подачи отчета)
«Текучка» персонала	План/факт (отношение фактического процента «текучки» к плановому проценту «текучки»)
Количество новых привлеченных клиентов	Количество новых привлеченных клиентов к плановому количеству привлеченных клиентов)

По видам ключевые показатели могут быть следующими [2,5]:

1. *KPI результата* – показывают количество и качество результата.

2. *KPI затрат* – показывают затраченные ресурсы.

3. *KPI функционирования* – относятся к показателям выполнения бизнес-процессов и позволяют оценить, насколько соответствует процесс требуемому алгоритму его выполнения.

4. *KPI производительности* – производные показатели, характеризующие соотношение полученного результата и времени, затраченного на его получение.

5. *KPI эффективности* – это показатели, которые характеризуют соотношение полученного результата к затратам ресурсов.

При разработке системы ключевых показателей эффективности необходимо придерживаться следующих правил:

- каждый показатель должен быть четко определен;
- показатели и нормативы должны быть достижимы: цель должна быть реальной, но в то же время являться стимулом;
- показатель должен быть в сфере ответственности тех людей, которые подвергаются оценке;
- показатели могут быть общими для всей компании, и конкретными для каждого подразделения.
- показатели должны быть сопоставимыми (например, средняя сумма чека сетевого кафе в столице и в «глубинке» нуждается в корректировке);
- показателей не должно быть много (оптимально – не более пяти, желательно – не более десяти), т.к. в противном случае ими трудно управлять;
- в рамках одной бизнес-единицы (работника) показатели не должны противоречить друг другу.

По результатам данного исследования предлагается использовать следующий алгоритм расчета системы KPI:

Этап 1. Выбор трех ключевых показателей эффективной деятельности специалиста

Этап 2. Определение веса каждого показателя. Вес в общей сумме равен 1. При этом наибольшая доля принадлежит приоритетному индикатору.

Этап 3. Анализ статистических данных (фактических) за отчетный период по каждому KPI и разработка плана:

Этап 4. Расчет KPI.

$$Индекс\ KPI = ВесKPI \times \frac{Факт}{Цель} \quad (1)$$

Этап 5. Расчет заработной платы с корректировкой на Индекс KPI.

Заключение. Таким образом, ключевые показатели эффективности признаны одной из самых действенных систем стимулирования и одной из самых совершенных систем мотивации на предприятии. Ключевые

показатели эффективности позволяют оценить эффективность выполняемых действий. Их можно применять как для оценки работы всей компании, ее отдельных подразделений так и конкретных работников. С помощью системы KPI можно не только контролировать и оценивать эффективность выполняемых действий, но и построить эффективную систему оплаты труда.

Список литературы

1. Еремина Г.А. Ключевые показатели эффективности как инструмент управления организацией // Интернетжурнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №5 (2015) http://naukovedenie.ru/PDF/126EVN515.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/126EVN515.
2. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2010. – 304 с. 2.
3. Клочков А.К. KPI и мотивация персонала: полный сборник практических инструментов / А.К.Клочков. – М.: Эксмо, 2010. – 160 с.
4. Парментер Д. Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей / пер. с англ. А. Платонова. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 288 с.
5. Эккерсон У.У. Панели индикаторов как инструмент управления. Ключевые показатели эффективности, мониторинг деятельности, оценка результатов / У.У.Эккерсон. – М.: Альпина Паблишер, 2009. – 400 с.

УДК 005.96

ДЕТЕРМИНАНТЫ ПОНЯТИЯ «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ»

Кравченко Ю.А., Слюсаренко А.В.

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

jlika2016@yandex.ru

Введение. На сегодняшний день интеллектуальный потенциал предприятия, является основой современной экономики, обеспечивающий усиление конкурентоспособности и улучшение экономической безопасности предприятия, формирование управленческих и предпринимательских способностей, а также развитие лидерских качеств работников.

Цель данной работы – рассмотрение и систематизация существующих подходов к определению интеллектуального потенциала предприятия.

Основная часть. Сущность термина «интеллектуальный потенциал предприятия» был исследован такими учеными, как А.С.Мельниковой, В.В.Касаткиной, Л.И.Абалкиным, Л.В.Левченко, О.А.Карпенко, Е.В.Титовой, В.В.Глуховым и др. Тем не менее, стоит отметить отсутствие единого подхода к данному понятию.

Возможность получения дополнительного дохода от монопольного использования новых технологий или продажи патентов и лицензий, породил интерес к интеллектуальной собственности. Вследствие широкой интерпретации понятия «интеллектуальный потенциал» в экономической литературе появилось много его трактовок. Толкование этого понятия, характеризуются сложностью, многогранностью и разнообразием его составляющих

Анализ научной литературы позволил выделить три подхода относительно определения «интеллектуальный потенциал предприятия» и провести их систематизацию (табл. 1).

Под ресурсным подходом интеллектуальный потенциал предприятия рассматривается как совокупность интеллектуальных ресурсов. К ним относятся знания, способности человека или групп людей, система образования, компьютерное обеспечение, система связи, базы данных (библиотеки и электронные системы), система науки.

Таблица 1

Систематизация подходов относительно определения «интеллектуальный потенциал предприятия»

№	Научный подход	Авторы	Определение
1	*2*	*3*	*4*
1.	Ресурсный	В.В. Касаткина	Интеллектуальный потенциал предприятия – это совокупность экономических, правовых, организационно-управленческих, материально-технических и социально-информационных факторов, определяющих уровень готовности экономической системы предприятия к успешной интеллектуально-продуктовой деятельности через призму нового видения явлений, перспективного развития предприятия и удовлетворения его будущих и текущих потребностей.
		Л. И. Абалкин	Интеллектуальный потенциал предприятия – это совокупность необходимых для функционирования или развития предприятия различных видов ресурсов: трудовых, материальных, финансовых и информационных, а также совокупность ресурсов, которые обеспечивают необходимый уровень организации производства и управления, ресурсы сферы образования и переподготовки кадров.
2.	Структурный	Л. В. Левченко, О. А. Карпенко	Интеллектуальный потенциал предприятия – это подсистема общего творческого потенциала сотрудников, органическое единство индивидуальных интеллектуальных способностей к воспроизводству накопленных знаний и их использованию, а также реализованные и не реализованные креативные возможности индивидуальных интеллектов.

Продолжение табл. 1

1	*2*	*3*	*4*
		А.С. Мельникова	Интеллектуальный потенциал – это прогнозируемая интегральная способность личности или группы лиц (персонала организации, предприятия, населения территориального общества, региона, страны, нации, человечества) к созданию новых духовных и материальных ценностей.
3.	Целевой	Е. В. Титова	Интеллектуальный потенциал предприятия – это система характеристик, определяющих способность человека, то есть качество рабочей силы индивидуума, совокупного работника предприятия, фирмы корпорации, страны, материализуемое или проявляющееся в процессе труда, который создает товар, услуги, прибавочный продукт в целях их воспроизводства на основе персонифицированного экономического интереса каждого субъекта, их совокупности
		В. В. Глухов, С. Б. Коробко, Т. В. Маринина	Интеллектуальный потенциал предприятия – это накопленный объем знаний, интеллектуальный уровень сотрудника, опыт инновационной деятельности.

Под структурным подходом подразумевают способности экономических субъектов выполнять определенные действия с целью воспроизведения их интеллектуальных ресурсов.

В целевом подходе акцентируется внимание на способности достигать поставленных целей, в частности создавать научные, технологические и управленческие инновации, передавать информацию и др.

Итак, интеллектуальный потенциал предприятия – это возможность создания, использования и развития инновационных продуктов и технологий путем преобразования накопленного объема знаний и опыта отдельных лиц или группы работников с помощью различных видов ресурсов на предприятии.

Заключение. Подводя итоги, следует отметить, что, интеллектуальный потенциал является важной составляющей в достижении конкурентоспособности предприятия и его улучшении экономической безопасности. Основой интеллектуального потенциала предприятия выступает персонал, он аккумулирует определенные знания и навыки, которые формируют управленческие способности, а также развивают лидерские качества работников.

Список литературы

1. Абалкин Л.И. Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – М., 1981. – 351 с.
2. Глухов В.В. Экономика знаний / В.В.Глухов, С.Б. Коробко, Т.В. Маринина. – СПб., 2003. – 528 с.

3. Касаткина В.В. Интеллектуализация экономики: теоретический анализ / В.В. Касаткина // Автореф. дис .к-та экон. наук: – Москва, 2011. – 22 с.
4. Левченко Л.В. Институциональный подход к анализу категории «интеллектуальный капитал» / Л.В. Левченко, О.А. Карпенко // Экономические науки. – 2009. – № 7(56). – С. 88–93.
5. Мельникова А.С. Оценка эффективности использования научно-образовательного потенциала трудовых ресурсов региона [Электронный ресурс] / А.С. Мельникова, М.И. Плутова. – Режим доступа: http://naukarus.com/otsenka-effektivnosti-ispolzovaniya-nauchno-obrazovatelnogo-potentsiala-trudovyh-resursov-regiona-na-primere-sverdlovskoy.
6. Титова Е.В. К вопросу об инновационном развитии и ценности интеллектуального потенциала / Е.В. Титова // Экономические науки. – 2010. – № 12(73). – С. 7–12.

УДК 338.1

СТРАХОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Краснова В.В., д-р экон. наук, профессор, ***Гудова П.С.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
gudowa19@gmail.com

Введение. Главной задачей создания системы экономической безопасности на предприятии является не только обеспечение устойчивого и максимально эффективного функционирования его хозяйственной деятельности, но и минимизация различных рисков. И как показывает опыт развитых стран, страхование является наиболее эффективным противодействием большинству известных рисков.

Целью исследования является определение роли страхования в системе экономической безопасности предприятия.

Основная часть. Многие действия, исходящие из внешней среды предприятия, а иногда и из внутренней, направлены на его ликвидацию в со стороны конкурентов, но в силу случайных событий данные действия практически невозможно предвидеть. Важную роль при этом играет страхование как поддержка значимых объектов и прав предприятия, которые подвержены рискам.

Для обеспечения экономической безопасности предприятия используются подходы, такие как [1, с. 574]:

- подход, носящий предупредительный характер и направленный на предотвращение ущерба;

- реагирующий подход, применяемый уже после наступления негативных последствий.

В свою очередь страхование относят к упреждающему типу, так в результате оформления договора страховая компания берёт на себя

погашение негативных последствий за определённую плату и на определённых условиях.

Таким образом с позиции экономической безопасности термин «страхование» можно трактовать как совокупность экономических отношений между различными субъектами процесса «предоставление – потребление» страховой услуги с целью обеспечения страховой защиты предприятия, что выражается в перераспределении рисков, которые возникают из-за непредвиденных событий в процессе хозяйственной деятельности.

Усиленный интерес к страхованию со стороны предприятий был всегда и до сих пор развивается. В различных случаях страхования, которые связаны с предпринимательской сферой замечена положительная тенденция, что может говорить об осознании руководителями важности страхования для предприятия [2].

Статистика РФ показывает, что наиболее популярная страховая услуга, страхование имущества юридического лица, в 2018 г. показала резкий рост количества договоров в сравнении с 2017 г. – с 423 567 до 729 707.

В свою очередь страхование финансовых рисков в 2018 г. показало темп роста выше среднерыночного (24,7 %) и оказало поддержку сегменту добровольного non-life страхования. Объем премий по этому виду составил 33,1 млрд. рублей против 26,5 млрд. рублей в прошлом году, что говорит о возросшем количестве

Предприятия, занимающиеся перевозками также увеличили инвестирование в страхование. В 2018 году наблюдалась положительная динамика и по объему премий (+180 млн рублей),и по количеству договоров (+1090 шт.).

Новый для российского рынка вид страхования – страхование киберрисков вызывает интерес юридических лиц. Так в 2018 г. страховщики видят потенциал роста (более чем на 40 %) в страхование киберрисков [3].

На рис. 1 схематично представлена структура взаимосвязи страхования и системы обеспечения экономической безопасности. В предпринимательской сфере страхование используется, прежде всего, с целью обеспечения непрерывной производственной деятельности за счет страхования имущества, доходов и пр. Следует отметить, что застрахованное предприятие вызовет больше доверие у инвесторов. Для производителей страхование ответственности связано с перенесением части производственных и профессиональных рисков на страховую организацию. Так же, данный вид страхования подразумевает не только имущественное возмещение причиненного вреда, но и контроль над качеством продукции и услуг, что позволит производителям увеличить доход.

Однако, страхование не всегда несет прибыль. Так для страховщика экономически выгодно, чтобы страховой случай не наступил или все условия, указанные в договоре, не были бы соблюдены. В результате возникает мошенничество в договорной деятельности, целью которого выступает обман клиента, путём введения его в злонамеренное заблуждение.



Рис. 1. Структура взаимосвязи страхования и системы обеспечения экономической безопасности предприятия

Еще одним видом мошенничества является преднамеренное неисполнение страховщиком обязательств по договору в результате наступления страхового случая, путём создания фирм-однодневок или фиктивных документов, что признается уголовно наказуемым, если причиненный ущерб достигает суммы десяти тысяч рублей и более [4].

Следовательно, предприятию стоит изначально компетентно подходить к оформлению договора страхования, привлекать не только юристов, но и экономистов для проверки законности и правильности всех заключенных договоров, а также в отношении определения объектов страхования и проверке надёжности самого страховщика. В противном случае, страхование, причинит лишь ущерб.

Заключение. Система страхования является не только полем деятельности для получения прибыли, как вид предпринимательства, но и важным механизмом для обеспечения системы экономической безопасности предприятия, но страхование следует использовать рационально, используя юридические и с экономические аспекты.

Список литературы

1. Рассадин В.А. Страхование в системе обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта [Текст] / В.А. Рассадин. // Молодой ученый. – 2019. – №22. – С. 574-576.

2. Национальное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ra-national.ru. (Дата обращения: 19.09.2019).
3. Обзор российского рынка страхования за 2019 г.[Электронный ресурс] // GPMG International Cooperative. – Режим доступа: https://kpmg.ru. (Дата обращения: 19.09.2019).
4. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 30 ноября 2017 г. N 48 г. Москва «О судебной практике по делам о мошенничестве, присвоении и растрате» [Электронный ресурс] // Российская газета. – Режим доступа: https://rg.ru/2017/12/11/sud-moshennichestv-dok.html. (Дата обращения: 19.09.2019).

УДК 658.15

СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Краснова В.В., д-р экон. наук, профессор, ***Дубицкая А.В.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
alena.dubytska@yandex.ua

Введение. Современный уровень нестабильности экономического развития и роста внутренних и внешних угроз, провоцирующих дестабилизацию финансового состояния предприятия, требуют от менеджмента внедрять экстренные меры, направленные на недопущение или выход из кризиса.

Вопросы антикризисного управления предприятием отражены в трудах отечественных и зарубежных ученых, среди которых особого внимания заслуживают работы И.А. Бланка, А.Ю. Бочко, А.П. Ковалева, Л.А. Лигоненко, Е.А. Уткина, Д. Форрестера, А.М. Штангрет и др.

Целью исследования является изучениесущности антикризисного управления и его роли на предприятии.

Основная часть. Термин «кризис», в переводе с греческого «krisis», означает решение, суд, переворот, перелом, при котором неадекватность средств достижения целей рождает непредсказуемые проблемы. На сегодняшний день у ученых не существует единого определения понятия кризиса. Экономический кризис представляет собой ситуацию, которая состоит из большого количества финансово-экономических проблем, а количество ресурсов для их решения ограничена. Хозяйственная деятельность предприятия при таких условиях находится под угрозой и является вероятность наступления кризисного состояния.

По мнению М.К. Колесника, кризисное состояние предприятия – незапланированный, нежелательный процесс, который может помешать или даже сделать невозможным функционирование предприятия, а также поиск новых механизмов и направлений управления.

Современные экономисты рассматривают экономический кризис, как объективно необходимый процесс, что дает толчок для модернизации всей финансово-экономической деятельности предприятия. В период функционирования предприятия могут произойти различные отклонения, которые приводят к нежелательному развитию, и поставить под угрозу существование предприятия.

Антикризисное финансовое управление существенно отличается от традиционного управления предприятиями, имеет свою специфику, которая связана с существенными изменениями в условиях деятельности предприятия, а также с непредсказуемостью ситуации и новыми управленческими проблемами.

Е.А. Уткин под антикризисным управлением понимает составляющую общего менеджмента на предприятии, используя его лучшие приемы, средства и инструменты, ориентируясь на предотвращение возможных осложнений в деятельности предприятия, обеспечения его стабильного успешного хозяйствования [1]. Дж. Кейнс считает, что антикризисное управление – это система мер со стороны государства, направленных на обеспечение, восстановление и стабилизацию развития экономической системы. Е.М. Коротков подчеркивает, что это управление, в котором должным образом налажен анализ симптомов кризиса, меры по минимизации негативного воздействия и использованию положительных факторов для дальнейшего развития предприятия.

Несмотря на существующие определения сущности антикризисного управления можно сделать вывод, что в современных условиях антикризисное управление направлено не только на предотвращение развития кризисов и кризисных ситуаций, а также, на адаптацию систем управления к изменениям во внешней среде предприятия, что будет способствовать устойчивому развитию.

Объектом антикризисного управления является возникновение и углубление кризиса, который имеет негативные последствия для деятельности, устранение и предотвращение кризиса [2]. Антикризисное управление должно осуществляться не только в период обострения кризиса, а и в период зарождения и развития. В зависимости от стадии развития кризиса антикризисное управление целесообразно разделить на:

- предохранительное антикризисное управление, которое используется в процессе зарождения кризиса и направлено на предупреждение возникновения и развития кризисных ситуаций;

- корректирующее антикризисное управление, которое используется в процессе развития кризиса и направлено на прогнозирование развития кризисной ситуации и разработку антикризисных мероприятий;

- стабилизационное антикризисное управление, которое используется в период обострения кризиса и направлено на уменьшение негативных последствий.

Субъектами системы антикризисного управления являются определенные лица, обладающие знаниями, наделенные специальной компетенцией и необходимыми ресурсами, и осуществляющие целенаправленные действия с целью обеспечения выполнения задач данной системы. К субъектам антикризисного управления предприятием как управляющей подсистемы относятся: владелец предприятия, экономист-финансист, функциональный антикризисный менеджер, представитель кредиторов, специалисты агентства по вопросам банкротства и других государственных органов.

В зависимости от остроты кризисного состояния на предприятии антикризисное управление предприятием делится на проактивное и реактивное[3]. Система проактивного антикризисного управления, сутью которой является диагностика кризисов, включает в себя следующие этапы: исследование финансового состояния, оценка масштабов и изучение основных факторов кризисного состояния. При этом могут использоваться различные методики оценки финансового состояния, каждая из которых имеет свои положительные и отрицательные аспекты.

Реактивный антикризисный менеджмент можно охарактеризовать как планирование и внедрение мероприятий, целью которых является, как правило, восстановление прежнего, стабильного состояния деятельности предприятия. Отдельные составляющие реактивного антикризисного менеджмента через прямое влияние на обеспечение сохранения базисных переменных (ликвидность, доход или оборот) характеризуется четкой целью (достижение соответствующего уровня доходности).

Особое внимание при осуществлении антикризисного управления должно уделяться сочетанию стратегии и тактики; принятию правильного стратегического решения, получению достоверных информационных данных, которые изучаются и используются в условиях ограниченности времени с целью осуществления перестройки деятельности предприятия. Менеджмент фирмы вынужден принимать решения или применить экстренные меры, чтобы не допустить наступления кризиса, или внедрять мероприятия, направленные на выход из него.

Заключение. Антикризисное финансовое управление имеет важное значение для предприятий всех уровней и форм собственности. Ранняя диагностика кризисного состояния предприятия является условием предотвращения банкротства и имеет важное значение для эффективной деятельности и перспектив на будущее. Для этого следует осуществлять наблюдение за финансовым состоянием предприятия и реализовывать политику антикризисного финансового управления.

Список литературы

1. Уткин Э.А. Антикризисное управление [Текст]: учебник / Э.А.Уткин; Ассоц. авт. и изд. «Тандем». – М.: ЭКМОС, 1997. – 399 с.

2. Круглова Н.Ю. Антикризисное управление [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Антикризисное управление» и другим междисциплинарным специальностям / Н.Ю. Круглова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2013. – 395 с.
3. Носова Н.С. Краткий курс по антикризисному управлению [Текст]: учебное пособие / Н.С. Носова. – 2-е изд., испр. – М.: Окей-книга, 2013. – 157 с.

УДК 658.115.31

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Мельникова Е.П., д-р техн. наук, профессор, ***Ткаченко М.В.***
Автомобильно–дорожный институт
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Горловка, ДНР
miroslava.tkachenko.29.05.97@mail.ru

Введение. На сегодняшний день, плачевное состояние предприятий жилищно-коммунального хозяйства существенно влияет не только на качественное обслуживание населения, но и на создание необходимых условий для функционирования всего хозяйственного комплекса.

Цель исследования – предложить мероприятия для решения проблем развития жилищно-коммунального хозяйства.

Основная часть. На современном этапе развития предприятия жилищно-коммунального хозяйства функционируют в чрезвычайно сложных условиях. Основными проблемами являются эксплуатация морально и физически устаревшего оборудования, что приводит к чрезмерным расходам разного характера и значительного загрязнения окружающей среды, а также нерациональное и неэффективное использование топливно-энергетических ресурсов. Расходы энергоресурсов на единицу изготовленной продукции и оказанных коммунальных услуг отечественных предприятий больше чем в 1,5 раза превышают аналогичные показатели зарубежных предприятий.

Еще одной проблемой, которая имеет негативное влияние на эффективность деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства, является массовая задолженность за оказанные (работы) услуги. Задолжником за потребленные (работы) услуги выступает население. Основная причина – отсутствие жестких санкций за неуплату полученных коммунальных услуг. Весомым фактором, который негативно отражается на эффективной деятельности предприятий жилищно-коммунального хозяйства, является неудовлетворительное состояние инфраструктуры [2]. Главная причина – нехватка средств на финансирование инфраструктурных проектов. Решением этой проблемы начали заниматься не только национальное правительство, но и международные организации.

Но, невзирая на все усилия, как и в большинстве стран, государственная политика в сфере инфраструктуры остается малоэффективной. Поэтому, если цена, которая подлежит регулированию, равняется средним расходам, то прибыль естественного монополиста сводится к нулю. Причиной этого является то, что экономисты до сих пор не смогли предложить приемлемую теорию реформирования инфраструктурных монополий. Это объясняется тем, что в современной экономике формирования рыночных структур происходят в специфических условиях.

Определяющим условием выхода предприятий коммунального хозяйства из кризиса является действенная система государственной поддержки. В первую очередь, мероприятия должны быть направлены на: погашение задолженности бюджетных средств за начисленные субсидии и дотации; возмещение потерь на предоставление льгот отдельным категориям населения; смягчение налоговой политики относительно предприятий коммунального хозяйства.

Самыми действенными направлениями экономического влияния на структурные изменения в отраслевых пропорциях стоит считать: государственные инвестиции в отрасли бюджетной сферы; реинвестирование доходов предприятий государственной формы собственности.

Одной из главных причин кризисного состояния жилищно-коммунального хозяйства является отсутствие действенной нормативно–правовой базы, которая могла бы не просто регулировать отношения в жилищно-коммунальной сфере, но и способствовать приходу в эту отрасль инвестора путем установления нормальных механизмов вложения средств, а также их возвращение с прибылью. Но в этой ситуации стоит учесть, что формирование тарифов на рыночной основе может привести к ограничению интересов потребителей.

Результаты исследований показали, что задолженность населения – основного потребителя жилищно-коммунальных услуг – представляет свыше 80 %. Это станет поводом отпугивания не только тех владельцев, которые хотят зарабатывать на предоставлении коммунальных услуг, но и инвесторов. Учитывая уровень и изношенность основных фондов и большие долги в этом сегменте, решение проблемы по силам только компаниям, которые владеют финансово–сильными ресурсами, и способны погашать неминуемые убытки за счет других, прибыльных видов бизнеса [3].

Поэтому, именно состоятельные компании могут получить долгосрочные кредиты, без которых невозможно представить инвестиции, а, следовательно, и реформу жилищно-коммунального хозяйства.

Для прихода владельца, коммунальный сектор экономики должен быть инвестиционно привлекательным.

Поэтому, учитывая социальное значение этой сферы, государство должно оставить за собой регулирование жилищно-коммунального хозяйства. Это, в первую очередь, должно проявиться в регулировании тарифов, а также в предоставлении бюджетных средств на ремонт систем жизнеобеспечения.

Заключение. Таким образом, были определены основные проблемы развития жилищно-коммунальной отрасли. Анализируя данные проблемы, появилась потребность в реформировании экономических отношений предприятий жилищно-коммунального хозяйства, за счет привлечения инвесторов, которые владеют финансово–сильными ресурсами, и способны погашать неминуемые убытки, что выведет отрасль на должный уровень.

Список литературы

1. Экономика и финансы предприятий коммунальной инфраструктуры: состояние и проблемы [Текст]: монография / В.П.Полуянов, В.А.Воротынцев, Е.И.Полуянова, О.И.Чорноус и др. / под ред. д.э.н., проф. В. П. Полуянова. – Донецк: ООО «Східнийвидавничийдім», 2013. – 192 с.
2. Золотова И.Ю. Методы стимулирующего регулирования в электросетевом комплексе: европейский опыт [Текст] / И.Ю. Золотова. – М.: Мировая энергетика проблемы и перспективы развития, 2016. – 76 с.
3. Гусейнов Г.Б. Совершенствование муниципального управления сферой ЖКХ [Текст] / Г.Б Гусейнов. – Новая наука: От идеи к результату. – 2016. – 173 с.
4. Комаров С.С. К вопросу о регламентации категории «жилищно-коммунальные услуги» в отечественном праве [Текст] / С.С. Комаров. – М.: Медиа-ВАК, 2016. – 109 с.
5. Макаров, Д. В. Исторические аспекты развития жилищно-коммунального хозяйства в России (XVII-XXI вв.) [Текст]: монография / Д. В. Макаров и др. – Иваново: ЛИСТОС, 2015. – 80 с.
6. Полуянов, В. П. Теория и практика реформирования предприятий в коммунальном хозяйстве [Текст] / В. П. Полуянов. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2001. – 244 с.

УДК 332.02

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ БЕЛГОРОДСКОГО МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Самарина В.П., д-р экон. наук, профессор, ***Мартиросян А.Т.***
Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал)
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», г. Старый Оскол, РФ
samarina_vp@mail.ru

Введение. Мировой и лучший отечественный опыт показывают, что формирование промышленных комплексов является важнейшим средством достижения динамичного экономического развития региона, повышения конкурентоспособности экономики, привлечения инвестиций, внедрения инноваций [2; 6].

Цель исследования – рассмотреть основные направления повышения результативности производственных процессов Белгородского металлургического промышленного комплекса.

Основные результаты. Под промышленным комплексом мы понимаем группу сосредоточенных на определенной территории производственных предприятий, взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга, взаимодействие которых на основе использования специальных организационных структур, координирующих их деятельность, усиливает конкурентные преимущества отдельных предприятий и всего комплекса. Многие предприятия, входящие в промышленный комплекс, связаны технологическими связями и договорами о стратегическом партнерстве, что не исключает конкуренции между ними [1; 3].

Белгородская область располагает более чем 50 % разведанных запасов железорудного сырья Российской Федерации, поэтому социально-экономическое развитие в настоящее время и в перспективе во многом будет определяться функционирующим металлургическим промышленным комплексом, на долю которого приходится более 35 % общероссийской товарной железной руды [4; 7].

В Белгородский металлургический промышленный комплекс входят следующие предприятия:

1. АО «Оскольский электрометаллургический комбинат». Единственный российский производитель, использующий продукты прямовосстановленного железа при выплавке стали. Является российским лидером по выпуску трубной заготовки, подшипниковой стали и высокопрочного прутка для нужд авто- и машиностроения, метизного производства.

2. АО «Лебединский горно-обогатительный комбинат» разрабатывает Лебединское и Стойло-Лебединское месторождения железной руды. Самый крупный в России и входящий в десятку крупнейших в мире производитель высококачественной железной руды. Единственный в России производитель сырья для технологии прямого восстановления железа и выпуска железа горячебрикетированного.

3. АО «Стойленский горно-обогатительный комбинат» разрабатывает Стойленское месторождение железной руды. Одно из ведущих предприятий России по объему производства сырья для черной металлургии (12 % отечественного производства). Основная продукция – железорудный концентрат и железная агломерационная руда.

4. АО «Комбинат «КМАруда» осуществляет подземную добычу железистых кварцитов Коробковского месторождения и переработку их в железорудный концентрат.

Все предприятия Белгородского металлургического промышленного комплекса имеют общую ресурсную базу – месторождения железной руды Курско-Белгородской магнитной аномалии. Технологически и организационно связаны только АО «Оскольский электрометаллургический комбинат» и АО «Лебединский горно-обогатительный комбинат», входящие в единый холдинг «Металлоинвест».

Основные производственные процессы Белгородского металлургического промышленного комплекса осуществляются в горнорудном

сегменте, в который входят: горные работы, производство концентрата, окатышей, аглороды, а также металлургическом сегменте, включающий в себя производство стали и проката.

Продукция Белгородского металлургического промышленного комплекса востребована на российском и мировом рынках. Российский внутренний рынок в настоящее время потребляет всего около 50% произведенного проката. Экспорт имеет значительный потенциал роста при изменении сортаментной структуры, отвечающей возрастающим запросам металлопотребителей [4; 8]. Основными потребителями металлопродукции являются машиностроение, станкостроение, строительный сектор, нефтяная, газовая отрасли.

Заключение. Основной стратегической задачей развития Белгородского металлургического комплекса является повышение результативности производственных процессов. Для этого необходимо реализовать следующие мероприятия:

- создать производство с высокой степенью добавленной стоимости;
- осуществлять дальнейшую модернизацию производства с выходом на принципиально новые инновационные технологии;
- снижать ресурсоемкость и повышать экологичность производства;
- повышать конкурентоспособность за счет производства высококачественной продукции.

Результаты производственной деятельности предприятий Белгородского металлургического промышленного комплекса, направления и методы совершенствования технологии и организации производства непосредственно связаны со структурой основных и вспомогательных производственных процессов. Обязательным условием повышения результативности Белгородского металлургического промышленного комплекса является достижение необходимого соответствия между техническим и организационным уровнем производственных процессов.

Основные причины недоиспользования оборудования и трудовых ресурсов кроются в несовершенстве организации производства, в отставании ее развития от технического базиса [5]. Прогрессивные формы организации труда, производственных процессов должны обеспечивать высокую степень использования всех элементов производства. Но практика показывает, что многие производственные и вспомогательные подразделения организованы далеко не лучшим образом. Наши исследования показывают, что это относится, например, к ремонтным службам предприятий Белгородского металлургического промышленного комплекса [3; 8].

Повышение результативности производственных процессов будет способствовать продвижению Белгородского металлургического промышленного комплекса на качественно новый конкурентный уровень внутреннего и внешнего рынков.

Список литературы

1. Жильников М.В. Аутсорсинг в России и за рубежом [Текст] / М.В. Жильников, А.В. Самарин // Сборник научных статей 7-й Международной молодежной научной конференции «Будущее науки – 2019». – Курск, 2019. – С. 302-305.
2. Найденова Р.И. Обеспечение безопасности через устойчивое развитие экономики и социальной сферы регионов [Текст] / Р.И. Найденова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. − 2007. − Т. 3. − № 9 (18). − С. 19-23.
3. Рассолов В.М. Формирование инвестиционного климата крупного металлургического предприятия [Текст] / В.М. Рассолов, В.П. Самарина // Материалы Одиннадцатой Всероссийской научно-практической конференции, с международным участием «Современные проблемы горно-металлургического комплекса» / Наука и производство. – 2014. – С. 165-169.
4. Самарина В.П. Внешнеэкономическая деятельность России на рынке черных металлов [Текст] // Экономика в промышленности. – 2012. – № 2. – С. 9-13.
5. Самарина В.П. «Зеленая экономика» горнодобывающих регионов России: факты и тенденции [Текст] / В.П. Самарина, Т.П. Скуфьина // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал) – 2015. – № 7. – С. 267-272.
6. Скуфьина Т.П. Проблема асимметричности экономического развития пространства в современных исследованиях [Текст] / Т.П. Скуфьина // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 10-3. – С. 650-652.
7. Черникова А.А. Эффективность деятельности российских предприятий черной металлургии на мировом рынке [Текст] / А.А. Черникова, В.П. Самарина, Н.А. Полева // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 6-3. – С. 643-647.
8. Samarina V. Some system problems of Russian mining enterprises of ferrous metallurgy [Текст] / V. Samarina, T. Skufina, A. Samarin, S. Baranov // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Т. 6. – № S1. – P. 90-94.

УДК 336

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Савина И.В., Быкова М.В.
ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого», г. Тула, РФ
info@tsput.ru

Введение. Мир стремительно меняется, прогресс и движение вперед не остановить, а глобализация захватывает даже самые отсталые страны планеты. В условиях современного мира разворачивается жесткая конкурентная борьба между государствами. Если еще 20 лет назад победу в этой борьбе можно было одержать, применяя оружие, то в 21 веке войны горячие сменились на войны экономические, когда противники используют экономические меры воздействия, вводят против друг друга санкции и ограничительные меры, субсидируют собственных производителей и организовывают заградительные барьеры в виде таможенных пошлин для конкурентов.

Целью исследования является изучение теоретических положений и опыта нормирования труда на предприятиях.

Основные результаты. В середине прошлого столетия лишь с десяток государств могли похвастаться производственными мощностями и технологиями, которые давали им возможность считаться мощными экономическими державами. В конце 20 – начале 21 века на мировую арену выходит ряд новых игроков, готовых побороться за мировой рынок. Эти игроки относятся к так называемым развивающимся странам. Среди них можно выделить Китай, Индию, Россию, Бразилию. Бесспорно, эти страны не имеют тех технологий, которыми обладают развитые страны Европы и Азии, входящие в Большую семерку, такие как США, Германия, Япония, Великобритания, но тем не менее, у развивающихся стран есть ряд особенных преимуществ, дающих им возможность побороться с гигантами Мировой экономики. Также огромную роль играет дешевизна рабочей силы развивающихся стран по сравнению с развитыми странами. Но, тем не менее, технологии играют решающую роль. Также, не последнюю роль играет организация трудового процесса [1].

Закон трех основных вопросов экономики «Что, как и для кого производить?» никто не отменял. На вопрос «что производить?» можно найти ответ, взглянув на запросы крупнейших рынков сбыта продукции, таких как Европа и США. Тем более, в условиях глобального интернет-пространства эту информацию невозможно скрыть. Вдобавок, существуют специальные компании, которые занимаются изучением потребностей населения, проводят социальные опросы, ведут непрерывный мониторинг тенденций в мире моды. Консультации данных компаний не нанесут существенного ущерба бюджету крупных игроков, желающих выйти на глобальный рынок. Вопрос «для кого производить?» также не останется без ответа. Все зависит от качества производимой продукции. Производители высококачественной продукции, как правило, нацелены на требовательные в таких вопросах рынки Европы [1]. Также есть рынки развивающихся стран, где можно также неплохо заработать.

Самым сложным на сегодняшний день вопросом для производителей является вопрос «как производить?». В условиях современной экономической конъюнктуры ресурсы не играют той решающей роли, которую они играли еще 30 лет назад. В современном мире решающую роль играет информация и технологии. В современном мире технологии производства той или иной продукции хранятся в строжайшей тайне и охраняются на равных, а порой и строже чем государственные и военные тайны. Очень часто, если не сказать всегда, при выходе на рынки какой-либо страны у компании-производителя требуют организовывать производство на территории данной страны и, к тому же, просят поделиться технологиями производства.

Не имея современных технологий, развивающимся и слаборазвитым в сфере производства странам тяжело, а порой просто невозможно,

участвовать в борьбе за передел мирового рынка и привлечение к себе финансовых потоков. Но есть шанс побороться за технологии, наличие которых даст мощный импульс развитию производства, поможет взрастить отечественные высококвалифицированные кадры, что в дальнейшей перспективе благотворно скажется на экономике. Факторы, которые являются решающими в такой борьбе за технологии – наличие необходимых мощностей или возможность их быстрой организации, дешевизна рабочей силы, наличие персонала, обладающего необходимой квалификацией. Как правило, крупные компании, международные производственные гиганты выбирают те страны, где есть возможность как можно большего сокращения издержек производства. Нормирование труда в этом вопросе играет не последнюю роль [2].

Нормирование труда является одним из ведущих факторов повышения эффективности деятельности предприятия и, как следствие, ведет к сокращению производственных издержек. Ответ на этот вопрос лежит на поверхности. При наличии квалифицированного персонала в области нормирования труда, проводя грамотную экономическую политику, возможно разработать нормы производства, которые существенно повысят эффективность производства [2]. Иными словами, производитель получает больше за те же деньги.

Разработав и внедрив современную систему нормирования труда на производстве, основанную на кропотливых математических расчетах, имеющую под собой научное обоснование, учитывающую психофизиологические и социальные факторы, удалив все препоны на пути к повышению эффективности труда, используя современную технологию и орудия производства, создав комфортные условия для персонала, производитель с лихвой окупит все вложенные средства.

После выполнения необходимой модернизации и внедрения новых норм, производитель получает рост производительности труда, повышение объемов производства, а издержки остаются на том же уровне. Это дает ему конкурентное преимущество, что может и должно отразиться на цене производимого товара. Не теряя в качестве продукта, при этом снижая цену за счет удешевления производства, производитель легко выиграет в конкурентной борьбе.

Основными задачами нормирования труда являются: выявление резервов роста производительности труда; совершенствование методов проектирования норм с внедрением новых технических средств и приемов для изучения рабочего времени; своевременный пересмотр норм выработки.

Для повышения материальной заинтересованности работников в снижении трудоемкости продукции на основе осуществления организационно-технических мероприятий, внедрения научно-обоснованных норм выработки и норм обслуживания, пересмотра норм по

инициативе рабочих на предприятиях часть полученной в связи с этим экономии по фонду заработной платы может быть использована для дополнительной оплаты труда рабочих и премирования персонала.

Важный принцип организации заработной платы – создать у работников личную и коллективную материальную заинтересованность в систематическом повышении производительности труда, в конечных результатах работы предприятия [1].

Формирование заработной платы должно быть простым, доступным пониманию каждого трудящегося. Рабочий должен ясно видеть связь своего заработка с общими результатами работы. Наконец, необходимо, чтобы организация оплаты труда обеспечивала высокий темп роста производительности труда по сравнению с повышением заработной платы, что является условием снижения себестоимости продукции и увеличения накоплений.

Заключение. Таким образом, нормирование труда представляет важнейшее направление как технологической и организационной подготовки, так и текущего управления предприятием, а также организации производства в целом.

Список литературы

1. Экономика предприятия [Текст]: учебник для студентов ВУЗов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 663 с.
2. Альманах «Управление производством» [Электронный ресурс] / Инженер по нормированию труда. – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/encyclopedia/inzhener-po-normirovaniyu-truda.html. (Дата обращения: 19.09.2019).

УДК 658.14/17

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Селиванова Ю.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
selivanova-donnu@mail.ru

Введение. Современные реалии функционирования экономики Донецкой Народной Республики актуализируют необходимость решения комплекса задач, связанных с эффективным формированием, использованием и развитием потенциала субъектов хозяйствования. Фундаментом этого процесса в мировой бизнес-практике выступает процедура оценки потенциала, которая предшествует принятию решений, связанных с управлением стоимостью, и позволяет определить, с одной стороны, – то, какими ресурсами располагает экономический субъект, а, с другой

стороны, – насколько результативна его система мобилизации ресурсов. Без надлежащей оценки потенциала выполнение функций современного менеджмента становится невозможным.

Концептуальные основы оценки ресурсной составляющей потенциала субъектов хозяйствования опираются на принципы профессиональной оценочной деятельности, вопросы развития и правового регулирования которой рассматривались в научных трудах Т.Г. Касьяненко, Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Муррина, А.Г. Нещадым и др. (см. [1,2,3] и их библиографию). Вместе с тем, анализ современного состояния отечественной и зарубежной практики оценочной деятельности показывает, что целый ряд аспектов в сфере оценки ресурсной составляющей потенциала остаётся недостаточно урегулированным, обуславливая необходимость дальнейших исследований.

Цель исследования – развитие теоретико-методологических аспектов оценки потенциала субъектов хозяйствования Донецкой Народной Республики на основе систематизации подходов к регулированию оценочной деятельности в разных странах.

Основные результаты. Под *оценкой стоимости потенциала* субъекта хозяйствования понимается упорядоченный, целенаправленный процесс определения в денежном выражении стоимости объекта с учётом потенциального и реального дохода, имеющего место в определённом промежутке времени в условиях конкретного рынка. Обоснованность и достоверность оценки определяется тем, насколько соблюдены методологические принципы оценочной деятельности, которые, в свою очередь, выступают объектом регулирования.

В странах с развитой рыночной экономикой существуют различные критерии и институциональные механизмы для регулирования оценочной деятельности [2, 3]. В одних странах оценочная деятельность (далее – ОД) подлежит государственному регулированию и кодифицирована нормативно-правовыми актами (Болгария, Германия, Польша, Испания, Хорватия и др.). В других странах (например, в США, Канаде, Великобритании, Румынии, Черногории и др.) к оценке относятся как к предмету предпринимательской деятельности, не подлежащей жесткому государственному регулированию. Принципы оценки в таких странах складываются на базе правил, разрабатываемых некоммерческими организациями и объединениями, то есть путём саморегулирования. Существует также и третья модель регулирования ОД, которая предполагает сочетание вышеуказанных элементов.

Регулирование ОД осуществляется по трём основным направлениям: 1) формирование методических требований к процедурам оценки, закрепляемых в стандартах оценки; 2) становление морально-этических требований к оценщику, которые находят отражение в кодексах профессиональной этики; 3) разработка требований к уровню профессиональной подготовки и опыту оценщика [1].

К формам *государственного регулирования ОД* относятся: лицензирование, государственная аттестация, сертификация, законодательное регулирование, наличие (государственного) органа регулирования, принятие государственных стандартов профессиональной деятельности, требования к содержанию отчёта и оценочным процедурам. *Саморегулирование ОД* осуществляется посредством принятия: профессиональных стандартов; Кодекса этики; квалификационных требований, определяемых профессиональными организациями; требований к содержанию отчета и оценочным процедурам; системы получения профессиональных знаний и т.д.

С учётом выше изложенного рассмотрим важнейшие особенности регулирования ОД в Донецкой Народной Республике и странах ближнего зарубежья (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика особенностей регулирования оценочной деятельности в Донецкой Народной Республике и странах ближнего зарубежья

Критерий / Объект сравнения	Законодательное регулирование	Стандарты оценки	Орган регулирования ОД
Донецкая Народная Республика	Закон «Об оценочной деятельности» № 161-IНС от 10.03.2017 г.	Стандарты оценки имущества №1,…№4	Фонд государственного имущества
Российская Федерация	Федеральный Закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» №135-ФЗ от 28.07.1998 г.	Федеральные стандарты оценки №1,… №13	Уполномоченные федеральные органы, Национальное объединение саморегулируемых организаций оценщиков
Украина	Закон «Об оценке имущества, имущественных прав и профессиональную оценочную деятельность в Украине» № 2658-III от 12.07. 2001 г.	Национальные стандарты оценки №1,…№4	Фонд государственного имущества

Заключение. Проведенное исследование показало, что в Донецкой Народной Республике происходит становление системы регулирования ОД на основе смешанной модели. Главенствующую роль в этом процессе занимает государственное регулирование, в рамках которого в 2017 г. был принят Закон «Об оценочной деятельности», в 2019 г.

Фондом государственного имущества утверждено четыре стандарта оценки (далее – СО) имущества: СО № 1 «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки имущества», СО № 2 «Цель оценки и виды стоимости», СО № 3«Общие требования к рецензированию

отчета об оценке имущества (акта оценки имущества)», СО № 4 «Порядок составления, утверждения отчета об оценке имущества (акта оценки имущества)». Вместе с тем, неурегулированными в Донецкой Народной Республике остаются вопросы оценки отдельных ресурсных составляющих потенциала – недвижимости, оборудования, нематериальных активов и интеллектуальной собственности, а также оценки стоимости бизнеса в целом. Для разработки указанных нормативных документов считаем целесообразным ориентироваться на Международные стандарты оценки.

Список литературы

1. Касьяненко Т.Г. Сравнительное исследование уровня развития оценочной деятельности в России и за рубежом [Текст] / Т.Г.Касьяненко, К.А.Бакалова, Д.П. Сергеева // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 5. – С. 645–660.
2. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление [Текст] / Т.Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин. – Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп Бизнес», 1999. – 576 с.
3. Нещадым А.Г. Проблемы правового регулирования оценочной деятельности в Украине [Текст] / А.Г. Нещадым // Вопросы российского и международного права. – 2011. – 1. – С. 78–93.

УДК 615.849

РОЛЬ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

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

Введение. В условиях трансформационных процессов в экономике значительное число предприятий сталкивается с проблемами кризисных явлений. Последние оказывают негативное влияние на все уровни экономики: на микроуровне ведут к финансовым потерям собственников, на макроуровне – влекут за собой нарушение экономического равновесия, ухудшение социального климата, макроэкономических показателей. В этой связи в условиях трансформационной экономики актуальность приобретают вопросы внедрения управленческих технологий, направленных на устранение и предотвращение кризисных ситуаций.

Проблемы антикризисного управления предприятием рассматриваются в работах С.Е. Кована, В.В. Красновой, Э.М. Короткова и др. (см. [1,2,3] и их библиографию). Вместе с тем, многогранность проблем антикризисного управления требует дальнейших углублённых исследований в этой сфере, что и предопределило выбор темы, цель работы.

Цель исследования – обоснование необходимости внедрения антикризисного управления на основе определения его современного состояния в странах с трансформационной экономикой.

Основная часть. Создание эффективной системы антикризисного управления стоит в ряду важнейших стратегических проблем. Динамика показателей деятельности субъектов экономики в странах с трансформационной экономикой говорит о недостаточно эффективной реализации антикризисного управления [1].Подтверждением тому служит, в первую очередь, высокий удельный вес убыточных предприятий (рис. 1).

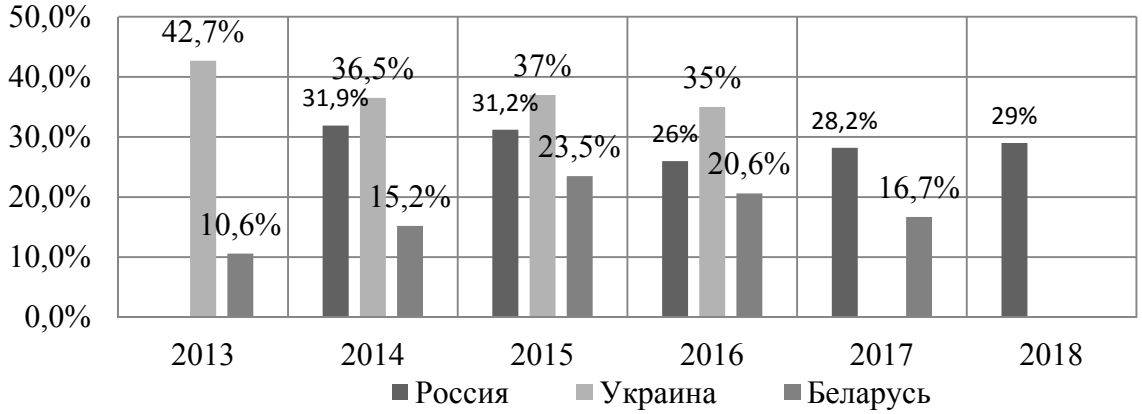


Рис. 1. Удельный вес убыточных предприятий в экономике России, Украины, Беларуси, %

В реальном секторе экономики он составляет в среднем 30 %, а по некоторым отраслям – достигает и 50 %. Предприятия находятся в зависимости от банковского финансирования, нарушая свою финансовую устойчивость к кризисным изменениям рынка.

Показатели платежеспособности, рентабельности и обеспеченности собственными оборотными средствами находятся, преимущественно, за пределами рекомендованных значений (табл. 1).

Негативные тенденции прослеживаются и в динамике кредиторской задолженности. Отмечается значительный размер просроченной задолженности. Так, в течение исследуемого периода в России абсолютное значение просроченной кредиторской задолженности выросло в 2,2 раза, что говорит об ухудшении финансового состояния организаций [2, 3].

Подтверждают факт отсутствия у многих предприятий устойчивости к кризисам и показатели демографии организаций в России (рис. 2.).

Из рис. 2 следует, что в 2018 г. значение коэффициента официальной ликвидации организаций достигло рекордно высокого значения. Рассмотрим данные за 2018 г. более детально (рис. 3) и отследим взаимосвязь коэффициента ликвидации с коэффициентом рождаемости.

Коэффициент ликвидации в 2018 году превышает коэффициент рождаемости организаций, что может говорить об угрозе стагнации экономики.

Таблица 1

Динамика показателей платежеспособности и рентабельности организаций в 2012-2017 гг.

Год	Россия		Украина		Беларусь	
	Показатель	$Т_р^{цеп}$	Показатель	$Т_р^{цеп}$	Показатель	$Т_р^{цеп}$
Коэффициент текущей ликвидности, %						
2012	128	–	118	–	133	–
2013	125	0,98	114	0,97	124	0,93
2014	121	0,97	104	0,91	114	0,92
2015	127	1,05	100	0,96	111	0,97
2016	125	0,98	99	0,99	112	1
2017	153	1,23	98	0,99	118	1,06
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, %						
2012	-26	–	65,2	–	25	–
2013	-31	1,2	63,5	0,97	19	0,77
2014	-41	1,34	45,3	0,71	12	0,64
2015	-43	1,03	55,7	1,23	10	0,81
2016	-42	0,99	42,4	0,76	10	1,03
2017	-95	2,25	43,5	1,03	15	1,48
Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг, %						
2012	8,6	0,9	5	0,85	12,2	0,92
2013	7	0,81	3,9	0,78	8,2	0,67
2014	7,3	1,04	-4,1	-1,05	8,7	1,06
2015	8,1	1,11	1	-0,24	9,3	1,07
2016	7,6	0,94	7,4	7,4	9,1	0,98
2017	7,5	0,99	8,8	1,19	10,1	1,11

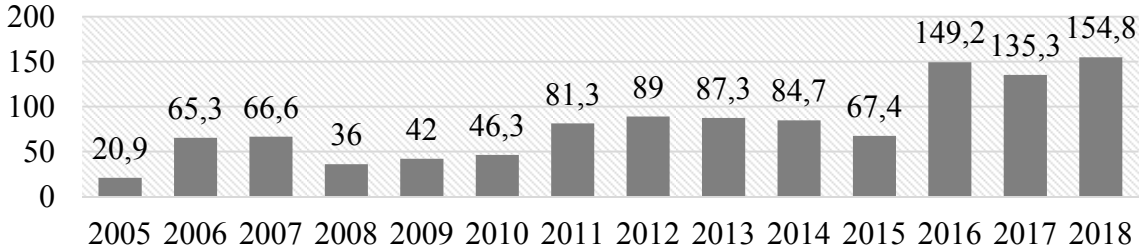


Рис. 2. Коэффициент официальной ликвидации организаций на 1000 организаций по России за период 2005-2018 гг.

Заключение. Проведенное исследование позволило установить низкий иммунитет к потенциальным угрозам кризисных явлений организаций реального сектора экономики. Это подтверждает необходимость широкого внедрения в практику в странах с трансформационной экономикой технологий антикризисного управления.

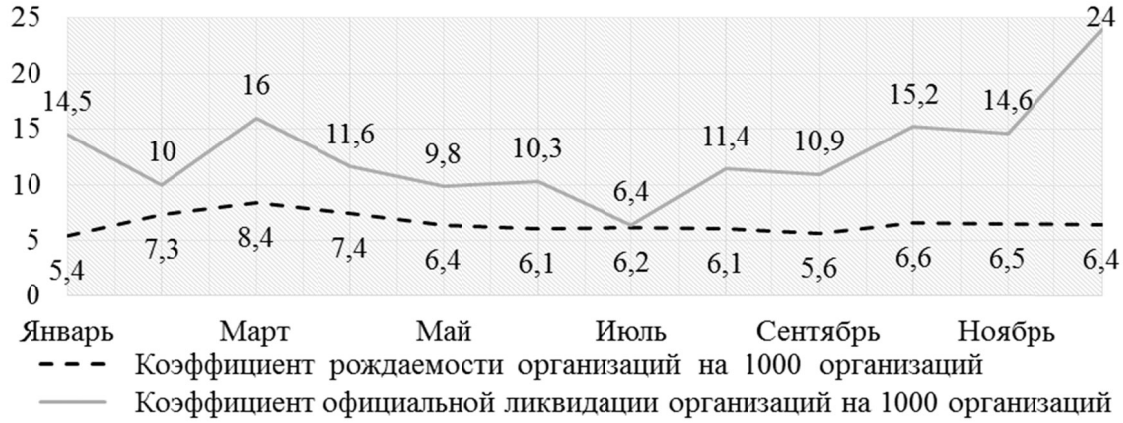


Рис. 3. Соотношение коэффициентов рождаемости и ликвидации организаций по России в 2018 г.

Список литературы

1. Ряховская А.Н. Антикризисное управление: развитие научного направления и практики [Текст]/ А.Н. Разумовская, С.Е. Кован // Управленческие науки. – 2014. – №3 (12). – С. 29-37.
2. Торхов С.Е. Функции антикризисного управления микроэкономическими системами [Текст]/ С.Е. Торхов // Вестник Поволжского института управления. – 2005. – №8. – С. 73-80.
3. Краснова В. В. Фінансовий менеджмент [Текст]: навч. посіб. для студ. Вищих навч. закладів / В.В. Краснова, О.Г. Кошелєва; под заг. ред. В.В. Красновой. – Донецьк: ДонНУ, 2013. – 420 с.

УДК 338.24

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ УПРАВЛЯЮЩЕГО ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВЕ СЕРТИФИКАЦИИ

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

Введение. В развитии экономики Донецкой Народной Республики все большую роль играют реализуемые в разных отраслях инвестиционные проекты. Управление проектами на основе современных подходов и практик предполагает наличие высокого уровня подготовки у руководителя проекта. Подготовка специалистов в области проектного управления начинается в высших образовательных организациях. Однако успешность и прогрессивность дальнейшей практической деятельности проектных менеджеров зависит от подтверждения их знаний, навыков и умений путем сертификации, в т. ч. международной. От наличия соответствующего сертификата в области управления проектами зависит карьерное развитие управляющего, его востребованность на рынке труда,

уровень оплаты труда. Теме исследования посвящены работы таких специалистов как И.Б. Храпков, Д.Г. Максин, В. Либерзон, М. Гончарова.

Цель исследования – обоснование необходимости сертификации (в т. ч. международной) руководителей инвестиционных проектов, осуществляемых на территории ДНР, с целью повышения эффективности инвестиционно-проектной деятельности.

Основные результаты. Профессиональная подготовка специалистов в области управления проектами в настоящее время является неотъемлемой частью программ подготовки высших образовательных организаций по таким направлениям как 38.03(04).01 «Экономика», 38.03(04).02 «Менеджмент», 38.03(04).04 «Государственное и муниципальное управление». В университете у будущих выпускников формируются основы знаний, умений и навыков в области управления проектами. Однако полноценный специалист может сформироваться только после получения практического опыта в течение нескольких лет работы.

Несмотря на то, что возраст научного направления «Управление проектами» насчитывает уже около 70 лет, методы управления проектами продолжают динамично развиваться и совершенствоваться. Поэтому уже спустя 2-3 года после окончания высшего учебного заведения специалист, работающий в сфере управления проектами, сталкивается с необходимостью повышения профессиональной квалификации.

В настоящее время (2019 г.) В Российской Федерации можно пройти обучение и подтвердить свои компетенции по таким сертификационным программам [1, с.8]:

1) Международная – IPMA® 4-L-C (Level D, C, B, A).

2) Российская – ПМ Стандарт® (Базовый, СРП-4, 3, 2, 1).

3) Американская – PMI® (CPMA, PMP, PgMP и др.).

4) Британская – AXELOS PRINCE2® (Foundation, Practitioner, Professional).

Анализ статистических данных о количестве проектных менеджеров, имеющих тот или иной сертификат в РФ свидетельствует о том, что для такой большой страны как Россия количество сертифицированных специалистов является недостаточным (табл. 1) [2].

Таблица 1

Количество сертифицированных управляющих проектами в Российской Федерации и в мире, чел.

	Вид стандарта		
	IPMA (D/C/B/A)	Prince 2	PMI (PMP)
В мире	250 000	1 5000 000	712 000
В РФ	4 360	350	1 200

Широко известное направление в управлении проектами – компетентностная школа. Основное внимание в ней уделяется компетенциям

менеджеров проектов. Соответствующие стандарты описывают качества, знания и навыки людей, работающих в управлении проектами.

Главной организацией, представляющей компетентностную школу в мире, является Международная ассоциация управления проектами IPMA (International Project Management Association). IPMA широко представлена по всему миру через сеть национальных ассоциаций – на сегодняшний день их насчитывается более 60. Представители этой школы считают, что стандартизировать нужно не процессы, а человека. Если специалист обладает определенным набором элементов компетентности, то, независимо оттого, выстроены или нет процессы в организации, его можно бросать на любой проект – наличие ключевых компетенций позволит ему сориентироваться, собрать команду, выбрать инструменты и успешно завершить проект.

Такой подход нашел отражение в разработанном IPMA стандарте PM ICB – Project Management International Competence Baseline. ICB содержит требования к компетентности специалистов в области управления проектами.

В настоящее время каждая из национальных ассоциаций разрабатывает свой адаптированный к местным условиям, но основанный на ICB национальный стандарт. В России IPMA представляет некоммерческая организация СОВНЕТ, которая разработала и поддерживает НТК – Национальные требования к компетентности в области управления проектами. Сертификация IPMA включает четыре уровня: A, B, C, D.

Следующее направление – сертификация PMI представляет процессную школу в управлении проектами. В процессной школе основное внимание уделяется стандартизации процессов. Представители этой школы считают, что для получения качественного результата достаточно построить качественный процесс. Соответствующие стандарты описывают процессы, инструменты и техники, которые в этих процессах применяются.

Наиболее известной организацией, представляющей процессную школу, является Институт управления проектами (Project Management Institute – PMI). Институт выпускает свой стандарт Project Management Body Of Knowledge (PMBOK)® – Свод знаний по управлению проектами.

После успешного прохождения сертификации кандидат получает звание Project Management Professional (PMP)® – профессионал управления проектами. Для получения сертификата PMP нужно не только подтвердить, не только знание и понимание содержания PMBOK®, но и наличие определенного опыта в управлении проектами. Экзамен проходит в форме компьютерного тестирования и длится 4 часа. Из 200 вопросов в зачет идут 175, проходной балл составляет 61 %. Сертификат PMP действует в течение 5 лет. Для продления сертификата необходимо получить 60 PDU (Professional Development Units – единиц профес-

сионального развития). Наличие сертификата PMP говорит о том, что его обладателю можно доверить серьезный, масштабный, дорогой проект.

Еще одна популярная международная система сертификации менеджеров проектов, которая не относится ни к одной из вышеперечисленных школ – PRINCE2®. Это метод, который был разработан в конце1980-х гг. в правительстве Великобритании как способ управления проектами информатизации. Со временем он перешел на новый качественный уровень и стал универсальным, применимым для проектов любого типа. Метод используется на правительственном уровне практически во всех странах Евросоюза для реализации важных масштабных проектов.

Заключение. Таким образом, сертификация управляющих проектами позволит с одной стороны повысить качество и эффективность управления проектами для бизнеса, а с другой – будет способствовать профессиональному развитию управляющих проектами в соответствии с международными стандартами.

Список литературы

1. Храпков И.Б. Управление проектами в вопросах и упражнениях. Подготовка к сертификации в соответствии с требованиями PMI: учебное пособие [Текст]/ И.Б. Храпков, Д. Г. Максин. – М.: «ОЧУ ДГО УКЦ «Проектная ПРАКТИКА», 2019. – 321 с.
2. Сертификация по управлению проектами [Электронный ресурс] // Project Management Journal. Портал для профессионалов в области управления проектами и бизнеса в целом. – Режим доступа: https://pmjournal.ru/articles/keysy/sertifikatsiya-po-upravleniyu-proektami-/. (Дата обращения: 14.09.2019).

УДК 334.012.3

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЙ «СЛИЯНИЕ» И «ПОГЛОЩЕНИЕ» В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПРАВОВЫХ ИСТОЧНИКАХ

Суптело Н. П., канд. экон. наук, доцент
ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Москва, Россия, РФ
nsuptelo@muiv.ru

Введение. Процессы слияния и поглощений (англ. Mergers and Acquisitions), также именуемые M&A, являются сегодня важной частью любой рыночной экономики. Слияния и поглощения (M&A) часто используются для повышения конкурентоспособности компаний. Что актуально и для российских компаний, только начинающих свой путь выхода на мировой рынок.

Современная экономическая литература содержит большое количество теоретических и прикладных работ, которые доказывают

универсальность функционирования рынка M&A. В последние годы значительно возросло количество научных и периодических публикаций, посвященных проблеме консолидации и корпоративного управления, что привело к росту интереса отечественных и зарубежных ученых к слияниям и поглощениям. Однако в российской научной среде эта тема в настоящее время недостаточно изучена и редко изучается, особенно сквозь призму современных тенденций – вступления российских компаний в международное сотрудничество, модернизации законодательства Российской Федерации.

Целью исследования является теоретическое изучение современных определений понятий «слияние» и поглощение».

Основные результаты. Слияния и поглощения могут быть описаны как приобретение контроля над другой (внешней) организацией компанией (группой компаний) с согласия обеих сторон. Предположение о контроле положительно влияет на управление приобретаемой компанией и направлено на долгосрочную интеграцию [6].

В современной экономической литературе понятия «слияние» и «поглощение» часто используются как синонимы, однако еще чаще их употребляют в словосочетании «слияния и поглощения» для обозначения одного явления, присущего рынку корпоративного контроля. Это связано с тем, что данные сделки имеют одну экономическую природу, а именно подразумевают смену контроля над компанией.

Анализируя понятие «поглощение», можно сделать вывод о том, что в современном российском законодательстве на сегодняшний день это понятие официально не закреплено. В рамках практической деятельности анализируемые понятия зачастую подменяются термином «присоединение».

Анализируя российское право, можно отметить, что прослеживается взаимосвязь между понятиями «слияние» и «поглощение» и юридическим определением понятия «реорганизация юридического лица», в качестве основных форм которого выступают формы слияния и присоединения. Мероприятия по реорганизации компаний согласно нормам действующего Гражданского кодекса Российской Федерации, предполагают выполнение процедур по изменению юридического статуса одного или нескольких субъектов, которые вовлечены в процесс реорганизации [4].Всякому юридическому лицу делегировано право внесения изменений в свой юридический статус только путем использования, установленного на уровне законодательства порядка и путём использования законодательно установленного способа.

Существующие на сегодняшний день формы реорганизации предприятий подразделяются на две категории: форма, не предполагающая необходимости привлечения уже существующих предприятий – то есть в данной ситуации реорганизация осуществляется путем разделения, выделения или преобразования компаний, а в качестве второй формы выступает процедура реорганизации, в которой участвуют уже существующие

юридические лица – здесь проводятся организационные мероприятия, предполагающие слияние или присоединение предприятий [3].

В соответствии с этим можно заключить, что, невзирая на определенное сходство, подобная форма реорганизации как «слияние», отсутствует возможность для того чтобы признать понятие «поглощение» в качестве одной из форм реорганизации юридического лица.

В результате изучения терминов «слияние» и «поглощение», можно сформулировать следующие определение понятия «поглощение»: это ряд значительных корпоративных действий (определенный вид сделок), которые взаимосвязаны с фактами приобретения 30 и более процентов голосующих акций общества, что предполагает установление контроля над обществом и его активами, в результате чего изменяются права и законные интересы общества. В процессе формулировки указанного определения учитывалась трактовка поглощения как сделки.

С юридической точки зрения, в частности, с позиции российского законодательства, в качестве ключевого элемента в структуре определения сделок M&A выступает понятие реорганизации. Изучив положения ст. 48,57 ГК РФ [1], можно сделать вывод о том, что процесс реорганизации юридического лица предполагает осуществление действий, направленных на изменение структуры и содержания прав, которые будут определять самостоятельность и независимость юридического лица на обособленное имущество в результате изменения самого структурного состава имущества и (или) изменения структуры собственников (учредителей) юридического лица.

С бухгалтерской позиции процесс слияния и поглощения выступает в качестве реализуемых процессов по объединению компаний в единую отчитывающуюся организацию, в основе которых будет лежать механизм приобретения корпоративного контроля [5].

С экономической точки зрения могут быть выделены основные характерные признаки сделок по слиянию и поглощению. Сюда следует включить [2]: процедуры реорганизации; процедуры инкорпорирования; реализацию инвестиционного процесса; мероприятия реструктуризации; реализация действий по установлению корпоративного контроля; мероприятия трансформации; процессы интеграции с возникновением синергетического эффекта; реализацию стратегии в рамках управления изменений.

Заключение. Проведя анализ существующих в Российской Федерации нормативно-правовых актов, а также работы российских исследователей, можно отметить, что на сегодняшний день во всех правовых системах отсутствуют наиболее точные, полные и отвечающие современным условиям рынка определения понятий «слияние» и «поглощение» акционерных обществ. Вместе с тем можно указать, что российский законодатель в последнее время обращает внимание на понятие «поглощения». Реализация новых законопроектов, демонстри-

рующих связь с рассматриваемым понятием, в перспективе позволяет создать необходимые условия для повышения эффективности защиты прав акционеров. Во избежание разных трактовок термина «поглощение», требуется осуществить формулировку точного понятия, которая будет отражать сущность рассматриваемого явления.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Гл.4. Юридические лица // [Электронный ресурс]. − Режим доступа: https://base.garant.ru/10164072/510567bc799b499f450a4638e59966a6. (Дата обращения 10.09.2019).
2. Решетникова Т.В. Генезис понятия «слияния и поглощения» в миронаучном знании [Текст] / Т.В. Решетникова, Ф.И. Валиева // Известия УГГУ. − 2017. − Вып. 3(47). − С. 93-96.
3. Долинская В.В. Поглощения и реорганизация [Текст] / В.В. Долинская. // Гражданское право. − 2018. − № 1. − С. 70-74
4. Могилевский А.С. Слияние и присоединение акционерных обществ по российскому законодательству [Текст]: дис. ... канд. юрид. наук. − М., 2016.
5. Бегаева А.А. Особенности правовых средств предотвращения недружественных поглощений [Текст] / А.А. Бегаева // Безопасность бизнеса. − 2018. − № 2. − С. 35
6. Руденко Л.Г. Системный подход в управлении организацией[Текст] / Л.Г. Руденко, М.Н. Вандышева // Сила систем. − 2017. − № 2 (3). − С. 6-12.

УДК 615.849.19

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Тофан А.Л., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
tofachka@mail.ru

Введение. В условиях жесткой конкуренции и агрессивного импорта перед предприятиями пищевой промышленности стоит важная задача формирования адекватных механизмов воздействия на потребительский спрос. Значение развития предприятий пищевой промышленности в ДНР обусловлено необходимостью обеспечения достаточного уровня продовольственной безопасности, неудовлетворенной потребностью в продуктах детского питания.

Проблемы диагностики институциональных преобразований в социально-экономических системах, развитие и совершенствование взаимодействия отдельных хозяйственных единиц рассматривали ряд отечественных и зарубежных ученых, таких как: Стиглиц Дж., Уэллс У., А. Вайсман, Г. Гольдштейн, Ф. Абрамс, И. Ансофф, Дж. Куинн, Г. Минцберг, М. Портер, А. Стрикленд, А. Томпсон, Г. Штейнер, К. Эндрюс и др.

Цель исследования – является определение наиболее существенных особенностей, которые оказывают существенное влияние на становление рынка пищевой промышленности ДНР.

Основные результаты. Особенностью функционирования предприятий пищевой промышленности ДНР в условиях конкурентного пространства является, прежде всего, присутствие на рынке слабо освоенных сегментов и ниш, что предусматривает его дальнейшее насыщение и, как следствие, общее развитие рынка и конкурентных отношений, которые выступают важным элементом рыночного механизма имеющего две стороны: механизма спроса и предложения с целевой функцией их балансировки и механизма конкурентных отношений с целевой функцией стимулирования товаропроизводителей. Однако, если учитывать основные факторы негативного влияния внешней среды (табл.1) то можно отметить, что значительных успехов в развитии собственного рынка предприятий пищевой промышленности в ближайшем будущем ожидать нельзя, поскольку конкуренция носит несовершенный характер.

Анализируя данные таблицы можно выявить ряд противоречивых утверждений:

Во-первых, подчеркивая важность влияния конкуренции на развитие предприятий пищевой промышленности (100 % респондентов дали положительный ответ о высокой степени влияния) недостаточно внимания уделено возможной диверсификации производств (95 % респондентов утверждают, что влияние этого фактора незначительно).

Таким образом наблюдается несоответствие оценок менеджеров по ключевому фактору влияния на интенсификацию коммерческой работы – возможности расширения производственных возможностей. Это обусловлено как ужесточением конкурентной борьбы в ассортиментных нишах отдельных предприятий пищевой промышленности, так и неопределенностью в развитии всей отрасли в целом, которая сейчас просто не в состоянии выпускать высококонкурентную продукцию по сравнению с зарубежными аналогами. Кроме того, сложные экономические условия геополитический кризис представляют серьезный барьер для развития данной сферы промышленности.

Во-вторых, не прослеживается связь между оценками по показателю налогооблагаемой базы (100 % респондентов подчеркивают высокую степень влияния) и инфляционным ожиданиям (40 % респондентов указали на низкую степень влияния). Таким образом руководители предприятий имея низкий уровень инфляционных ожиданий тем не менее опасаются значительных изменений в законодательстве, которые могут негативно повлиять на прибыльность работы предприятий.

В-третьих, заслуживает внимания и тот факт, что наблюдается неполное понимание важности взаимосвязи между показателем спроса на внутреннем рынке и состоянием внутренней и внешней общерыночной

конъюнктуры. Несмотря на то, что предприятия пищевой промышленности теряют потенциальных потребителей из-за сложных экономических условий (политический кризис, военные действия в регионе) конкурентного взаимодействия с зарубежными товаропроизводителями, формированию комплексных программ развития предприятий не уделяется должного внимания. А это влечет просчеты как в определении стратегических приоритетов развития, так и способствует тактическим ошибкам в поиске наиболее выгодных контрагентов на внутреннем и внешнем рынках.

В-четвертых, несмотря на то, что технический уровень оборудования, установленного на многих предприятиях не соответствует современным требованиям. Более высокими темпами необходимо и увеличивать выпуск модных товаров и товаров улучшенного качества, поскольку именно они формируют имиджевую компоненту любого предприятия.

Таблица 1

Оценка влияния факторов внешней среды на деятельность предприятий пищевой промышленности ДНР (% от общего числа респондентов)

Показатели	Степень влияния		
	низкая	средняя	высокая
Общеэкономические			
Функционирование рыночных механизмов	70	20	10
Состояние внутренней общерыночной конъюнктуры	20	50	30
Состояние внешней общерыночной конъюнктуры	–	30	70
Инфляционные ожидания	30	40	30
Конкуренция	–	–	100
Взаимодействие с местными властями	50	30	20
Отраслевые			
Дополнительные кап. вложения	–	10	90
Диверсификация производств	95	5	–
Законодательная база	–	–	100
Квалификация кадров	30	20	50
Спрос на внутреннем рынке	10	20	70
Налогооблагаемая база	–	–	100
Поставщики	40	30	30
Посредники-сбытовики	10	50	40
Технология производства	–	–	100
Комплексные программы развития	20	40	40

Заключение. Несмотря на определенные положительные тенденции развития, пищевая промышленность остается одной из наиболее проблемных отраслей Донецкого региона. В настоящее время нормальной деятельности предприятий отрасли препятствуют столь серьезные факторы, что обойтись без продуманного сотрудничества, а также поддержки государства невозможно.

Список литературы

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад [Текст] / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.I. – 124 с.
2. Пищевая промышленность Республики демонстрирует положительную динамику. Официальный сайт Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. − Режим доступа: http://smdnr.ru/pishhevaya-promyshlennost-respublikidemonstriruet-polozhitelnuyu-dinamiku. (Дата обращения: 14.09.2019).

УДК 338.1

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Шарохина С. В., канд. экон. наук, доцент
Сызранский филиал ФГВОУВО «Самарский государственный экономический университет», г. Сызрань, РФ
sharokhinatv@gmail.com

Введение. Большинство предприятий периодически пересматривает собственные системы оценки эффективности. Использование традиционной финансовой модели при оценке эффективности деятельности основано на рыночном типе хозяйственного мышления, в соответствии с которым все параметры, влияющие на эффективность деятельности предприятия, находятся среди факторов его внутренней среды.

Целью исследования является рассмотрение проблем, связанных с выбором показателей оценки эффективности деятельности предприятия.

Основная часть. Одним из направлений поиска критериев оценки является выбор нефинансовых показателей, которые позволят осуществить прогнозирование будущих финансовых результатов.

Как нефинансовые показатели рассматриваются успешные научно-технические разработки, инновации, процент брака, развитие персонала и тому подобное.

Предлагаемая на предприятии оценка эффективности должна быть направлена на прогнозирование и отвечать некоторым критериям:

- иметь минимальный набор показателей;
- охватывать все стороны деятельности;
- иметь хорошую приспосабливаемость для прогнозирования;
- иметь стабильный характер;
- создавать возможности для оценки и мотивации персонала [1].

Понятно, что практика предпринимательства не дает нам примеров определения показателей эффективности, которые удовлетворяли бы всем названным критериям. Такое положение имеет свое объяснение:

- предприятия перегружены разнообразными показателями;

- способность ученых и практиков к созданию и распространению показателей опережает возможности для отделения показателей нефинансового характера, которые содержат информацию о финансовой эффективности в будущем;

- показатели нефинансового характера редко являются всеобъемлющими для целого предприятия;

- показатели эффективности, а особенно нефинансовые, постоянно меняются;

- мотивация по нескольким показателям эффективности достаточно сложная [2].

Наиболее значимая причина разрыва между желаемой и реальной оценкой эффективности на предприятии заключается в том, что предприятие рассматривается как актив, который способен генерировать денежные потоки и в настоящее время, и в будущем. Именно в будущем денежные потоки невозможно измерить. Ни один единичный показатель не сможет дать всеобъемлющей оценки деятельности. В то же время общие финансовые показатели деятельности предприятия не позволяют осуществлять оценку на уровне отдельных подразделений. С другой стороны, показатели деятельности отдельных подразделений достаточно сложно агрегировать в единый обобщенный показатель на уровне всего предприятия. Крупные предприятия со сложной управленческой структурой нуждаются в больших количествах показателей оценки, чем небольшие фирмы.

Показатели оценки эффективности, которые применяются на предприятиях, можно разделить на четыре группы:

1) рыночная оценка предприятия (рентабельность акционерного капитала, добавленная рыночная стоимость) предназначена для оценки деятельности предприятия в целом, а не отдельных его бизнес единиц, функциональных подразделений, работников; эти показатели нельзя получить не путем агрегирования снизу вверх, ни путем каскадирования сверху вниз. Направление в будущее рыночной оценки зависит от степени эффективности финансового рынка, потому что она воспроизводит информацию, касающуюся будущих денежных потоков. Рассмотренные показатели широко используются для мотивации и поощрения высшего менеджмента компаний;

2) финансовые показатели (величина прибыли, рентабельность активов, инвестиций, дохода) могут использоваться для оценки деятельности как предприятия в целом, так и его отдельных составляющих: филиалов и фирм, которые составляют балансы и отчеты о финансовых результатах. Но эти показатели не могут быть использованы для оценки функциональных подразделений или работников. Финансовые показатели больше направлены в прошлое, чем в будущее, потому что воспроизводятся имеющиеся результаты деятельности. Хотя прослежи-

вается и частичное направление этих показателей в будущее: более высокие результаты деятельности снижают затраты на привлечение финансовых ресурсов, улучшают репутацию. Финансовые показатели можно широко использовать и в сфере мотивации и вознаграждения персонала на уровне руководства компании и ее отдельных бизнес единиц, но не на уровне подразделений или рабочих групп;

3) нефинансовые показатели (инновации, качество, уровень удовлетворения потребителей, лояльность потребителей) имеют достаточно сложный и неоднозначный характер. С одной стороны, эти показатели могут охватить все стороны функционирования предприятия: производство, сбыт, управление, маркетинг, инновации и т. д. С другой стороны, из-за того, что функциональные подразделения в рамках отдельной компании обычно являются специализированными, большинство нефинансовых показателей, характеризующих деятельность предприятия в целом, не могут применяться для отдельных специализированных подразделений. Также сложной является проблема агрегирования нефинансовых показателей снизу до верха для обобщенной оценки эффективности нескольких подразделений. Аналогичный вопрос возникает в случае необходимости сравнения функционирования различных подразделений в рамках отдельной компании, так и с аналогичными предприятиями или эталонными значениями;

4) показатели расходов имеют ограниченный характер использования по сравнению с другими типами показателей, потому что они определяют лишь один аспект эффективности – затраты. Оценка затрат осуществляется на основе прошлой информации. Хотя тенденции изменений этих показателей дают возможность осуществлять прогнозы будущего; неспособность контролировать текущие расходы может привести к неблагоприятным для предприятия последствиям [3].

Заключение. Системы оценки эффективности, применяемые на предприятиях, базируются на текущих и прошлых результатах. А предпринимателей больше интересуют будущие перспективы и положение фирмы. То есть экономическая эффективность направлена в будущее и ее оценка всегда имеет определенную долю неопределенности. Объем неопределенности меняется в зависимости от задержки (лага) действия факторов, влияющих на оценку, а также от изменчивости внешней среды. С другой стороны, чем больше предприятие и сложнее его организация, тем более несовершенной является оценка показателей эффективности. Это возникает по нескольким причинам: разделение труда становится более интенсивным, что вызывает большую потребность в специализированных функциональных подразделениях; привести к единой оценке и сравнения нефинансовые показатели на уровне специализированных подразделений и финансовые – на уровне бизнес – единиц и компании в целом практически невозможно. Частично рассмотренные вопросы разрешает сбалансированная система показателей, но ее применение требует адаптации к экономической системе и специфике отдельных предприятий.

Список литературы

1. Лукьянова В.В. Оценка эффективности предприятия и предпринимательства [Текст] / В.В. Лукьянова. // Вестник ДонДУЭТ. − 2005. − №4 (28). − С.110 -116.
2. Баранова А.Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур [Текст]: монография / А.Ю. Баранова. − М.: Инфра-М, 2017. − 415 с.
3. Нивен, Пол Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов [Электронный ресурс]. / Пол Р. Нивен. − Режим доступа: https://www.intalev.ru/library/articles/article.php?ID=5038. (Дата обращения 15.09.2019).

УДК 334

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ

Шибаршина О. Ю.**,** канд. социол. наук
Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани,
г. Рязань, РФ
oshibarshina@mail.ru

Введение. Развитие современного бизнеса приводит к появлению новых проблем и вопросов, которые становятся неотъемлемой частью существования организаций. Одним из таких тем стал вопрос о корпоративной социальной ответственности. Значение бизнеса в обществе все большую роль, из-за чего увеличились требования к нему и к прозрачности его ведения. Успешные компании отметили, что занимать лидирующие позиции на рынке при изолированной работе от окружающего общества просто не возможно.

Целью исследования является изучение особенностей развития корпоративной социальной ответственности российских компаний.

Основные результаты. Корпоративная социальная ответственность в современной научной литературе изучена недостаточно, в частности практически отсутствуют работы, направленные на малый и средний бизнес, а также мало рассмотрен вопрос адаптации моделей КСО для российского общества.

Очевидно, что в современном динамично развивающемся мире общество неразрывно взаимосвязано и с политикой и с экономикой. Каждая из сфер оказывает свое немаловажное влияние, без которого развитие было бы невозможно. Поэтому общество все больше требует от них вклада в свое развитие, также как и общество вкладывает в них. Из чего следует появление социальной ответственности бизнеса, или корпоративной социальной ответственности (КСО) [4].

Само понятие «ответственность» подразумевает под собой готовность нести какие-либо последствия за свои поступки. Субъектом

может являться как одно лицо, так и группа лиц, или же целая организация. Также и объектом может стать одно или несколько лиц, или же целое общество. Она имеет большое количество различных видов, например, юридическая или экономическая. Также в этом ряду находится и социальная, которая по степени ответственности более обширная, и охватывает большую часть или все общество [3].

Нарушение каких-либо правил, причиняющих обществу вред, могут стать причиной отторжения обществом и его неодобрением. Так как бизнес, особенно в условиях рыночной экономики, стал важным элементом общества и его развития, то и соответственно он несет определенную ответственность перед обществом, а именно социальную.

Социальная ответственность организации неразрывно взаимосвязана с понятием социальной политики, которую формирует каждое предприятие позиционирующее себя как социально ответственное. Для этого оно формирует определенный план действий социального характера, а также заявление перед обществом, что готово нести ответственность за свою деятельность.

Социальная ответственность – это сформированная деятельность организации, которая:

- поддерживает развитие общества в различных сферах;
- учитывает желания и ожидания со стороны стейкхолдеров;
- формируется в соответствии с законодательством и международными нормами;
- охватывает организацию полностью [1].

Со временем КСО стала неотъемлемой частью многих фирм. Так как все больше и больше различных исследований, которые выявили, что социально ответственные фирмы делают вклад не только в общество, но в свой бизнес. Такое предприятие будет вызывать большее доверие у потребителей, формирование положительного отношения к бренду и предоставляемым товарам и услугам.

«Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это деятельность, направленная на достижение социального благополучия, охрану окружающей среды, заботу о сотрудниках и других заинтересованных сторонах: потребителях, поставщиках, акционерах, инвесторах, общественных группах, регулирующих органах за пределами правовых и экономических обязательств компании» [2].

На сегодняшний день КСО является одним из важнейших элементов развития н только за границей, но и в России. Лидируют в этом вопросе, конечно же, крупные фирмы, которые имеют возможности, а также цель – увеличить свою конкурентоспособность за счет данного показателя. Предприятия малого и среднего бизнеса, к сожалению, достаточно сильно отстают и не выражают желания развиваться в этом направлении.

К сожалению, применение западных практик без определенной их корректировки не может быть осуществлено, так как Россия имеет

некоторые особенности, которые необходимо учитывать при разработке концепции КСО. К ним можно отнести и географические особенности, и отличающийся менталитет, а также наличие определенных социальных и политических проблем. К особенностям менталитета можно отнести пассивное отношение общества к развитию различных его сфер, требовательность к государству, но нежелание самостоятельно участвовать в помощи. Также необходимо учитывать такую проблему, как наличие огромного количества «желтой» прессы, которая несет в массы неоднозначную, неправильную информацию и обвинения в нечестности и корысти организаций по отношению к обществу.

Корректно сформировать социальную политику также не получится, не учитывая проблемы социального характера, такие как бедность некоторых регионов страны, концентрация больших капиталов в северных районах страны, а также наличие большого количества градообразующих предприятий. Именно поэтому для каждого региона требуется индивидуальная корректировка понятий о корпоративной социальной ответственности для достижения максимального результата, что значительно замедляет процесс развития. На данном этапе возникает еще одна немаловажная проблема – это развитие лишь центральных регионов, которые более всего заинтересованы и осведомлены о развитии в данном направлении. Остальные же регионы стараются догонять центр, но более развитыми становятся только лишь те, в которых находятся филиалы организаций центральных регионов, которые и являются основным двигателем развития периферийных регионов [5].

Помимо региональных различий также организации можно разделить на пять основных уровней различной степени применяемости принципов КСО в своей работе:

1. Первый уровень отличается высокой безответственностью организаций перед обществом, несоблюдением прав работников и т.д. Такие организации зачастую на рынке работают сравнительно не долго, после чего терпят крах или же переходят на более высокий уровень.

2. На данном уровне организации становятся более устойчивыми за счет повышения ответственности, но сильной конкурентоспособностью они также не отличаются.

3. Этот этап характеризуется более серьезным отношением к требованиям и ожиданиям стейкхолдеров фирмы. Но очень часто появляется проблема разногласий между заинтересованными сторонами, что может в итоге пошатнуть устойчивость организации и вернуть ее на предыдущий уровень.

4. Данный уровень характеризуется появлением системного подхода к организации КСО, появлением определенных целей и задач, а также формирование социальной политики.

Все это имеет стратегический характер, который основывается на анализе работы различных сфер предприятия.

5. Последний уровень имеет максимально развитую социальную политику у организаций. Чаще всего цель таких предприятий заключается уже не только в получении прибыли, но и достижении каких-либо других социально значимых целей и задач.

Заключение. Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что КСО – это важный элемент развития организации, позиционирования ее на рынке. Благодаря удачной социальной политике организация получает не только финансовые выгоды, но и социальные.

Она становится более конкурентоспособной, повышается ее влияние на общество. В свою очередь организация делает большой вклад в общество и поддерживает его развитие. Социально ответственный бизнес в последнее время занимает важную ступень, именно поэтому данный вопрос является очень важным в наше время и требует большего внимания со стороны государства, общества и бизнеса.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие [Текст] / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина. – Курск: Издательство: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2018. – 142 с.
2. Кострова Ю.Б. Специфика венчурного финансирования инновационных проектов [Текст] / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина// Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 8-4 (55). – С. 57-59.
3. Шибаршина О.Ю. К вопросу о структуре корпоративной социальной ответственности [Текст] / О.Ю. Шибаршина // Актуальные проблемы современной науки и производства: материалы III Всероссийской научно-технической конференции. – Рязань: ИП Коняхин А.В. (BookJet), 2018. – С. 200-207.
4. Шибаршина О.Ю. Формирование новых подходов к управлению эффективностью [Текст] / О.Ю. Шибаршина // Актуальные проблемы современного общества и пути их решения в условиях перехода к цифровой экономике: материалы XIV международной научной конференции: в 4 частях. – Москва: изд-во Московский университет имени С.Ю. Витте, 2017. – С. 591-597.
5. Шибаршина О.Ю. К вопросу об устойчивом развитии социально-значимых рынков в Рязанской области [Текст] / О.Ю. Шибаршина // Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика: материалы III международной научно-практической конференции. – М.: 2016. – С. 717-725.

УДК 33.338.2

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Щетинская Я.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
shchetinskaya@mail.ru

Введение. Актуальность исследования состоит в том, что планирование финансовой деятельности предприятия и его оптимизация – весьма распространенная проблема. Оптимизация системы финансового планирования в организации – это комплекс решений и действий, которые внутри определенной организации и в соответствии с заданными целями содействуют регулированию ее финансовых потоков. В рыночной экономике предприниматели не могут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию, как о состоянии целевых рынков, положения на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Проблемами разработки финансового планирования предприятий различных отраслей промышленности занимались такие ученые, как В.В. Бочаров, Л.А. Дробозина, А.П. Дугельный, Л.П. Евстигнеев, А.В. Карпов, В.П. Савчук, В.В. Краснова.

Цель исследования – разработка мероприятий для повышения показателей ликвидности и платежеспособности предприятия, которые рекомендованы для внедрения их в ЧАО «ДМЗ.

Основные результаты. Частное акционерное общество «ДМЗ» – металлургический завод – одно из старейших металлургических предприятий Донбасса. За предприятием закрепилась устойчивая репутация производителя высококачественного листового, сортового и фасонного проката.

Для разработки мероприятий по повышению показателей ликвидности и платежеспособности предприятия необходимо провести его финансовый анализ.Для начала рассчитаем коэффициент финансовой автономии за 2016-2018 гг. на начало года [2]:

$$k_{авт} = \frac{Собственный\ капитал}{Всего\ источников\ средств}, \quad (1)$$

Далее рассчитаем коэффициент финансовой зависимости на начало года [2]:

$$k_{зав} = \frac{Всего\ источников\ \ средств}{Собственный\ капитал}, \quad (2)$$

Следующим шагом рассчитаем коэффициент маневренности собственного капитала на начало года [2]:

$$k_{ман} = \frac{I\,П - I\,А}{I\,П}, \quad (3)$$

где $k_{ман}$ – коэффициент маневренности собственного капитала; $I\,П$ – итог первого раздела пассива баланса, руб.; $I\,А$ – итог первого раздела актива баланса, руб.

Расчет коэффициентов капитализации для анализируемого предприятия представим в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что в течение отчетного периода коэффициент финансовой автономии предприятия за 2016 г. и 2018 г. низкий, что означает, что предприятие зависимо от внешних кредиторов.

Далее, предложим мероприятия с целью внедрения их в ЧАО «ДМЗ» для повышения показателей ликвидности и платежеспособности предприятия и рассчитаем затраты на них за планируемый 2020 период:

Таблица 1

Расчет коэффициентов капитализации за 2016 – 2018 гг.

Показатели	Уровень показателя		
	2016	2017	2018
1. Коэффициент финансовой автономии	0,0073	0,0056	0,0051
2. Коэффициент финансовой зависимости	1,3606	1,7557	1,9573
3. Коэффициент финансового риска	50,2655	104,9247	67,3739
4. Коэффициент маневренности собственного капитала	-22,6278	-22,8629	-22,6701

Представим затраты по запланированным мероприятиям для повышения показателей ликвидности и платежеспособности предприятия в табл. 2.

Для начала рассчитаем планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий по формуле[3]:

$$П_В = (В_{рп} + (В_{рп} * П_{рв})), \quad (4)$$

где $П_В$ – планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий; $В_{рп}$ – выручка от реализации за последний 2017 период, руб.; $П_{рв}$ – планируемый прирост выручки от реализации вследствие реализации предложенных мероприятий, %.

$$П_в = (35826545 + (35826545 * 0,3)) = 46574509 \text{ руб.}$$

Теперь рассчитаем экономический эффект от внедрения предложенных выше мероприятий по формуле [3]:

$$Э = (П_В - З_р) - В_{рп}, \quad (5)$$

где Э – экономический эффект от внедрения запланированных мероприятий по улучшению платежеспособности компании; $П_В$ – планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, руб.; $З_р$ – затраты на реализацию мероприятий, руб.; $В_{рп}$ – выручка от реализации за последний период, руб.

$$Э = (46574509 - 763000) - 35826545 = 9984964 \text{руб.}$$

Заключение. Таким образом, можно сказать, что экономический эффект от предлагаемых мероприятий положительный, так как затраты на мероприятия которые составили 763 000 руб. увеличили товарооборот на 9 984 964 руб.

Таблица 2

Предложения по разработке мероприятий, направленных на повышение платежеспособности компании и затраты на их осуществление

Затраты на мероприятие	Затраты, руб.
Заработная плата бухгалтера материальной группы	60 000
Изучение рынка сбыта товаров и услуг	40 000
Проведение диагностики и монтажа систем отопления, вентиляции, водоснабжения и освещения	55 000
Уборка производственного помещения	288 000
Проведение диагностики и монтажа контрольно-измерительных приборов, производственной сигнализации и связи, ограждений, площадок и лестниц	85 000
Проведение диагностики и монтажа железнодорожного, автомобильного и конвейерного транспорта, а также автопогрузчиков, вагонов, ковшей и чаш	130 000
Проведение осмотра, ремонта и очистки технологического оборудования	105 000
Итого:	763 000

Список литературы

1. Барулин С.В. Сущность финансов: новые реалии [Текст] / Т.М. Ковалёва // Финансы и кредит. – 2015. – № 5. – С. 7.
2. Бочкова, Л.С. Баланс: доскональный анализ важнейших показателей [Текст] / Л.С. Бочкова // Главбух. – 2015. – № 1. – С. 22-24.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник [Текст] / О.С. Виханский. – Москва: Гардарика, 2016. – 296 с.

Менеджмент

УДК 338.1

МЕТОДЫ ВСЕОБЩЕГО УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ИЛИ ПОСТОЯННОГО УЛУЧШЕНИЯ ПРОЦЕССА НА ОСНОВЕ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

***Абдурахманова М.М.*[1],** канд. экон. наук, доцент,
***Дикинов А.Х.*[2],** д-р экон. наук, профессор,
***Садуева М.А.*[1],** д-р философии (Ph.D)
[1]ФГБОУ ВПО «Грозненский государственный нефтяной технический университет им. М.Д. Миллионщикова», г. Грозный, РФ
[2]ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный университет», г. Пятигорск, РФ
milana1988@list.ru, dikinovthor@mail.ru, sadueva.m@mail.ru

Введение. Изначально при комплексном исследовании отраслевых проблем развития исходили из необходимости развивать, а не обучать современных молодых руководителей, опираясь на принципы развивающего обучения, широко известного и применяемого в России и концепцию корпоративных университетов. Очевидно, что развитие и обучение – это не одно и тоже. Обучение – это, в лучшем случае, накапливание определенного объема знаний или, в худшем случае, просто информации. «Развитие» подразумевает развитие компетенций и расширение их числа. Огромную роль при этом играет саморазвитие [2, с. 6; 8, с. 432; 10, с. 1946].

Основная часть. Необходимо в современных условиях хозяйствования сфокусировать свою деятельность на содействии развитию современного менеджмента в организациях и на социальных инновациях. А именно – это:

- современная деловая культура как средство создания развивающей среды обучения;
- процесс постоянного улучшения деятельности на основе обратной связи;
- технологии корпоративного образования;
- метапрограммы;
- инновационные методы обучения;
- преподаватели, владеющие инновационными образовательными технологиями;
- механизм адаптации к внешней среде.

Соответственно, модель такого исследовательского Центра может быть представлена следующим образом:

При этом в своей деятельности необходимо опираться на:

- опыте научных школ, сложившийся в результате взаимодействия ведущих российских ВУЗов и корпоративных клиентов;

- использовать сформировавшиеся десятилетиями корпоративный дух и традиции;

- ценности и приоритеты той или иной Компании, корпоративная культура, история, традиции.

Современная деловая культуравыступает средством создания развивающей среды обучения, когда организованное физическое и социальное пространство и процессы работают как модель, как эталон организации, продуцирующей социальные инновации, в которую слушатели погружаются в период обучения, и эта среда влияет на них ежеминутно во все время нахождения слушателей в рамках Центра подготовки [3, с. 129].

Содержанием современной деловой культуры является признание того факта, что то *как* реализуются задачи и поставленные цели, настолько же важно, насколько важна содержательная составляющая этой работы:

<table>
<tr><td>Современная деловая культура</td><td>Процесс постоянного улучшения деятельности на основе обратной связи</td><td>Технологии корпоративного обучения</td><td>Мета-программы</td><td>Инновационные методы обучения</td><td>Преподаватели, владеющие инновационными технологиями обучения</td><td>Механизм адаптации к внешней среде</td></tr>
<tr><td colspan="7">Опыт академических научных и ВУЗовских школ, сложившийся в результате взаимодействия с корпоративными компаниями на местном, региональном, международном уровне</td></tr>
<tr><td colspan="7">Корпоративный дух компании: ценности, корпоративная культура, история, традиции</td></tr>
</table>

Рис. 1. Модель Центра как развивающей среды

1) *уважение* к личности: именно люди являются источником успеха предприятия, определяют репутацию и жизнеспособность компании;

2) понимание того, что результат труда – это результат *совместных* усилий работников предприятия, соответственно, работники должны уметь работать в команде;

3) понимание того, что предоставляемая услуга должна быть *конкурентоспособной*;

4) *социальная ответственность* как показатель качества взаимодействия личности и коллектива, личности и общества.

Методы всеобщего управления качеством или постоянного улучшения процесса являются способом улучшения качества не только

товара и сервиса, но также и навыков работников и их самоуправления. Эти методы требуют, чтобы работники познавали весь процесс, в который они вовлечены, чтобы они оценивали эффективность процесса, и чтобы они постоянно работали над совершенствованием процесса для улучшения результата. Эти методы используются во многих городах, штатах и странах для снижения затрат, бумажной работы и улучшения качества сервиса, предоставляемого гражданам.

В Центре принцип постоянного улучшения процесса реализуется путем вовлечения слушателей Центра и представителей руководства компании в разработку и совершенствование программ деятельности Центра и программ обучения и развития. Оценка качества содержания программы, преподавания, предоставляемых дополнительных услуг происходит непосредственно в ходе обучения на основе анкетирования слушателей [1, с. 37; 4, с. 66; 6, с. 89].

Результаты анкетирования, предложения по улучшению учебного процесса и качества предоставляемых услуг анализируются и затем обсуждаются на выпускной конференции. Осуществляется корректировка программы в соответствии с выработанными предложениями. Центр оказывает информационную поддержку выпускникам после окончания обучения посредством Интернета и Интранета, а также сотрудники Центра анализируют развитие карьеры выпускников и участвуют в их продвижении.

Обучение руководителей в Центре ведется в соответствии с четырьмя управленческими уровнями в системе подготовки резерва руководящего состава:

первый уровень — студенты целевого набора СГУПС, обучающиеся в Центре по Программе дополнительной управленческой подготовки студентов технических специальностей;

второй уровень — молодые специалисты с опытом работы до 5 лет;

третий уровень – заместители начальников предприятий, резерв для назначения на вышестоящие должности, руководители предприятий со стажем работы до 2-х лет;

четвертый уровень – высший менеджмент.

Для каждого из вышеперечисленных уровней разработана программа обучения и развития. Программы выстроены таким образом, что слушатель, проходя уровень за уровнем, накапливает знания по соответствующей дисциплине и развивает компетенции, необходимые для данного управленческого уровня.

Системно каждая программа организована так, что она содержит в себе блок, направленный на развитие уже имеющихся профессиональных компетенций, блок, направленный на расширение компетенций, и блок, направленный на формирование нового мотивационно-интеллектуального базиса [5, с. 84; 7, с. 80].

Вывод. Отсюда следует акцент в программах на вопросах стратегии, инновационного менеджмента, антикризисного управления, всеобщего

управления качеством, на тренингах управленческих компетенций и т.д. Тем самым закладывается базис новой современной корпоративной культуры, культуры, которая, сохранив в себе лучшее из существующей, порождала бы процессы целенаправленных изменений, коль скоро это – требование времени [9, с. 65; 11, с. 38].

Список литературы

1. Абдурахманова М.М. Модернизационные процессы в экономике России и ведущих экономик мира: сравнения и сопоставления / М.М.Абдурахманова, А.Х.Дикинов, А.А.Ешугаова, Х.Г.Чаплаев // В сборнике: Кавказ в начале XXI века: народы, общество и государство Материалы международного Форума: в 2-х томах. – 2016. – С. 34-38.
2. Абдурахманова М.М. Проектирование современной бизнес-модели городской инновационной платформы сотрудничества в субъектах СКФО. В сборнике: Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности в России / М.М.Абдурахманова, А.Х.Дикинов, А.А.Дикинова // Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 6.
3. Агузарова Л.А. Региональные особенности и приоритеты развития транспортной логистики в России и США: сравнительный анализ / Л.А.Агузарова, А.Х.Дикинов, Л.В.Хончукаева // Монография. – Нальчик, 2016.– С. 129.
4. Архестов А.Ю. Современный формат развития регионального апк в условиях санкций и системного кризиса: инновационные предпосылки / А.Ю.Архестов, А.Х.Дикинов, А.А.Дикинова // Известия КБНЦ РАН. – 2016. – № 1 (69). – С. 66-72.
5. Бирмамитова А.А. Производственный потенциал региональной экономики: инфраструктурная составляющая экономического развития территорий / А.А.Бирмамитова, А.Х.Дикинов, Т.В.Касаева // Известия КБНЦ РАН. – 2016. – № 1 (69). – С.81-87.
6. Дикинов А.Х. Антикризисные стратегии общественного развития: государство в современной социально-экономической системе / А.Х.Дикинов, Б.А.Губачиков, А.А.Ешугаова, М.А.Мушкаева // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2017. – № 2. – С. 86-90.
7. Идилов И.И. Моделирование показателя периферийности как одного из факторов пространственного развития / И.И.Идилов, Т.Э.Ситохова, Р.А.Токмакова // В сборнике: Математические методы и модели в исследовании государственных и корпоративных финансов и финансовых рынков Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – 2015. – С. 211.
8. Кулинич Е.В. Развитие современного менеджмента Западно-Сибирской железной дороги: перспективный резерв руководителей / Е.В.Кулинич, Т.Д.Медведева // Экономика железных дорог. – № 12. – 2006. – С. 80-86.
9. BusinessWeekApril, 24, 2016.P. 65.
10. Misakov V.S., Kuyantsev A.I., Dikinov A.H., Kazancheva H.K., Misakov A.V. National agriculture modernization on the basis of import substitution International Business and Management. 2016. Т. 10. № 10. С. 1946.
11. Meister, Jeanne C., Corporate Universities: Lessons in Building a World-Class Work Force. McGraw-Hill, Inc., New York, 2018. P. 38.

УДК 338.1

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ МЕНЕДЖЕРОВ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

***Абитов М.М.*[1],** канд. экон. наук, доцент,
***Идилов И.И.*[2],** д-р экон. наук, профессор,
***Мушкаева М.А.*[2],** д-р философии (Ph.D)
***Кесаева Т.В.*[3],** канд. экон. наук, доцент
[1]ФГБОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет» им. В.М.Кокова, г. Нальчик, РФ
[2]ФГБОУ ВПО «Грозненский государственный нефтяной технический университет им. М.Д. Миллионщикова», г. Грозный, РФ
[3]ФГБОУ ВПО «Пятигорский государственный университет», г. Пятигорск, РФ
abitov1978@mail.ru, xadi-87@mail.ru, kasaeva@pglu.ru

Введение. Как результат происходящих изменений в обществе и экономике в России наблюдается недостаток высококвалифицированной рабочей силы, недостаток специалистов в определенных областях деятельности. Особая проблема – острая необходимость в менеджерах, способных эффективно управлять производством в новых социально-экономических условиях, ориентированных на инновации, поскольку именно от компетентности менеджеров всех уровней и всех специализаций зависит результат рыночных реформ в стране.

Основная часть. В марте 2018 года компания IBM опубликовала результаты исследований об инновациях, осуществляемых в мире, – GLOBALINNOVATIONOUTLOOK 2.0. Этот отчет показывает, что общество знаний (сервиса, информационное общество, постиндустриальное общество и т.д.) отличается от индустриального общества в большей степени даже не технологическими, а социальными инновациями (экономическими, организационно-управленческими и правовыми).

Речь идет о том, как собственник или менеджер меняют социально-экономические отношения, возникающие в процессе производства, как меняются производственные роли работников в организациях, какая организационная среда возникает в результате этих изменений, могут ли работники действительно сотрудничать в новой организационной среде, развивать свою креативность и инициативность, как складывается новый тип менеджмента – менеджмент сотрудничества [4, с. 68;6, с. 89].

Подобные выводы делаются и в отчете об исследовании наиболее инновационных компаний мира. Автор исследования J. McGregor резюмирует, что технико-технологические инновации недостаточны, необходимо производить инновации стратегий, процессов и моделей бизнеса.

В настоящее время Россия осуществляет переход от традиционной экономики к современной инновационной экономике в условиях кризис-

ных процессов и международных экономических санкций, введенных западными странами еще в конце 2018 года. Очевидные трудности работы в постоянно меняющейся среде усугубляются изменениями более общего характера, происходящими в человеческом обществе, и вызванными информатизацией и распространением знаний, универсальной взаимозависимостью и глобализацией. Все это ставит и работника, и менеджера в жесткие условия функционирования и предъявляет новые требования к рабочей силе:

- умение учиться;
- навыки коммуникации и сотрудничества;
- креативное (творческое) мышление и решение проблем;
- технологическая грамотность;
- грамотность в ведении бизнеса;
- развитие лидерства;
- управление собственной карьерой [1, с. 37, 8, с. 432].

Такая множественная сложность социально-экономических отношений и такое драматическое возрастание требований к рабочей силе диктует необходимость переоценки существующей системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов, в целом, и руководителей, в частности, коль скоро время требует скорее изменения ментальности, чем развития существующих навыков, а также расширения функций и профессиональных ролей, осуществляемых на рабочем месте.

Системный характер проблемы очевидно указывает на то, что для ее решения недостаточно реформ, необходимы фундаментальные изменения. Западными специалистами по развитию персонала широко применяется концепция корпоративных университетов, которая завоевывает все большее число сторонников и в России, достаточно назвать корпоративные университеты таких компаний, как «Северсталь», РАО «ЕЭС России», «Газпром», «АльфаСтрахование», и т.д.

При этом под корпоративным университетом понимается выстроенная система внутрифирменного обучения, объединенная единой концепцией и методологией, разработанная для всех уровней руководителей и специалистов в рамках идеологии и стратегии развития компании, а также задач, стоящих перед ее отдельными структурными подразделениями.

Если сравнить существующую систему повышения квалификации, подготовки и переподготовки специалистов и руководителей и систему корпоративного обучения, практикуемую западными и российскими компаниями, то можно увидеть ряд существенных различий (табл. 1).

Известно, что целью корпоративных университетов является обеспечение стратегического развития Компании через развитие своих сотрудников. Современная инновационная экономика рассматривает обучение персонала как ключевой процесс, обеспечивающий кадровое сопровождение необходимых производственных изменений. По сути, обучение становится одним из производственных процессов [2, с. 6; 10, с. 188].

Таблица 1

Сравнение системы повышения квалификации, подготовки и переподготовки руководителей и специалистов и корпоративного обучения

Критерии сравнения	Существующая Система	Система корпоративного обучения
Философия обучения	Реактивная: реакция на существующие проблемы	Проактивная: стратегическое видение целей и задач компании и их реализация посредством развития сотрудников
Подход к обучению	Тактический	Стратегический
Цель обучения	Наработка индивидуальных навыков	Решение реальных производственных проблем и повышение качества выполнения работы
Содержание обучения	Улучшение технических навыков	Разработка ключевых компетенций специалиста
Методология обучения	Учеба посредством слушания	Обучение действием
Аудитория	Внутренние работники организации	Внутренние работники организации, потребители продукции, производители продукции
Преподаватели	Внешние университетские профессора/консультанты	Внутренние старшие менеджеры и консорциум университетских профессоров и консультантов
Стиль преподавания	Преподаватель – эксперт: знает правильные ответы на все вопросы	Консультационная подача материала: знание создается совместно преподавателем и слушателем
Периодичность обучения	Один раз в несколько лет	Непрерывный процесс

Глубина различий, очевидно, указывает, что для перехода от одной системы обучения к другой необходима трансформация существующей системы подготовки руководителей в систему подготовки современных менеджеров, способных осмысленно управлять производством.

Реформирование и трансформация – это не одно и тоже. Реформы означают изменение системы достижения поставленных целей. Трансформация подразумевает изменение и системы достижения целей, и самих целей. Питер Дракер в свое время сказал, что существует разница между деланием вещей правильно (смысл реформирования) и деланием правильных вещей. Чем правильней мы реализуем некорректные, непродуманные цели, тем глубже становится ошибка [3, с. 129; 9, с. 1946].

Что мы можем дать современному руководителю? Набор обрывочных знаний по экономике? Некоторые управленческие технологии в ситуации, когда целые школы управления прошли мимо нас? Что он

может получить от курсов повышения квалификации и многочисленных тренингов, которые сейчас предлагаются? Представление о том, что существует множество управленческих технологий, которыми он не сможет воспользоваться в реальном производстве? [5, с. 84; 7, с. 80]

Представляется, что подход к подготовке руководителей должен быть системным. И программы, по которым они обучаются, не должны представлять собой перечень дисциплин, которые кому-то показались важными для руководителей. Программа должна носить комплексный характер, включая в себя все возможные способы работы со слушателем в период его пребывания на курсах повышения квалификации.

Вывод. Опыт показывает, что в России на данном этапе развития одной из наиболее эффективных форм подготовки современных менеджеров может быть создание Центров, синтезирующих лучшее из практики российского образования и западной концепции корпоративных университетов.

Список литературы

1. Абдурахманова М.М. Модернизационные процессы в экономике России и ведущих экономик мира: сравнения и сопоставления / М.М.Абдурахманова, А.Х.Дикинов, А.А.Ешугаова, Х.Г.Чаплаев // В сборнике: Кавказ в начале XXI века: народы, общество и государство Материалы международного Форума: в 2-х томах. 2016. С. 34-38.
2. Абдурахманова М.М. Проектирование современной бизнес-модели городской инновационной платформы сотрудничества в субъектах СКФО. В сборнике: Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности в России / М.М.Абдурахманова, А.Х.Дикинов, А.А.Дикинова // Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 6.
3. Агузарова Л.А. Региональные особенности и приоритеты развития транспортной логистики в России и США: сравнительный анализ / Л.А.Агузарова, А.Х.Дикинов, Л.В.Хончукаева // Монография. – Нальчик, 2016.– С. 129.
4. Архестов А.Ю. Современный формат развития регионального апк в условиях санкций и системного кризиса: инновационные предпосылки / А.Ю.Архестов, А.Х.Дикинов, А.А.Дикинова // Известия КБНЦ РАН. – 2016. – № 1 (69). – С. 66
5. Бирмамитова А.А. Производственный потенциал региональной экономики: инфраструктурная составляющая экономического развития территорий / А.А.Бирмамитова, А.Х.Дикинов, Т.В.Касаева // Известия КБНЦ РАН. – 2016. – № 1 (69). – С.81-87.
6. Дикинов А.Х. Антикризисные стратегии общественного развития: государство в современной социально-экономической системе / А.Х.Дикинов, Б.А.Губачиков, А.А.Ешугаова, М.А.Мушкаева // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2017. – № 2. – С. 86-90.
7. Кулинич Е.В. Развитие современного менеджмента Западно-Сибирской железной дороги: перспективный резерв руководителей / Е.В.Кулинич, Т.Д.Медведева // Экономика железных дорог. – № 12. – 2006. – С. 80-86.
8. BusinessWeekApril, 24, 2016. –P. 65.
9. Misakov V.S., Kuyantsev A.I., Dikinov A.H., Kazancheva H.K., Misakov A.V. National agriculture modernization on the basis of import substitution International Business and Management. 2016. Т. 10. – № 10. – С. 1946.
10. Meister, Jeanne C., Corporate Universities: Lessons in Building a World-Class Work Force. McGraw-Hill, Inc., New York, 2018. – P. 188.

УДК 658.56

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Аксенова Е. С., канд. техн. наук, доцент,
Минат В. Н., канд. геогр. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Для управления качеством продукции и его повышением необходимо оценить уровень качества. Область деятельности, связанная с количественной оценкой качества продукции, называется квалиметрией. Оценка уровня и качества продукции является основой для выработки необходимых управляющих воздействий в системе управления качеством продукции. Целью оценки обусловливается: какие показатели качества следует выбирать для рассмотрения, какими методами и с какой точностью определять их значения, какие средства для этого потребуются, как обработать и в какой форме представить результаты оценки.

Основная часть. Во всем мире, на государственном уровне принята модель управления пищевой безопасностью, направленная на предупреждение и базирующаяся на принципах HACCP – Hazard Analysis and Critical Control Points – Анализ опасностей и критические контрольные точки. Концепция ХАССП заключена в том, чтобы выявить и взять под постоянный системный контроль все опасности, критические контрольные точки (ККТ), присущие каждому предприятию пищевой индустрии. ККТ – это производственные этапы или операции потенциально повышенных рисков, где нарушения технологической дисциплины, санитарных правил и норм могут привести к неустранимым / трудно устранимым последствиям для безопасности выпускаемой продукции [4].

Нормативными документами мирового уровня, уровня Содружества независимых государств, а также национальными законами и стандартами определяются требования к производству и контролю деятельности пищевых производств, которые обеспечивают безопасность жизни, здоровья потребителей услуг питания, охрану окружающей среды, предотвращение причинения вреда имуществу потребителя и т. д., в том числе в результате применения процедур системы ХАССП.

Исследование методологии менеджмента безопасности пищевой продукции предприятий питания как части пищевой индустрии и звена пищевой цепи от «фермы до потребителя», недопущения фальсификации продтоваров и продукции, безусловно, является актуальным.

Свойства продукции могут быть охарактеризованы количественно и качественно. Качественные характеристики – это, например, соответствие

изделия современному направлению моды, дизайну, цвету и т.д. Количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания и эксплуатации или потребления, называется показателем качества продукции.

Система менеджмента предприятия пищевой отрасли должна развиваться в двух направлениях, во-первых, применяя универсальный менеджмент процессов производства и управления (ГОСТ ISO 9001), во-вторых, используя специализированные разработки в области управления безопасностью пищевого производства (ГОСТ Р ИСО 22000, ГОСТ Р 51705.1). В связи с этим был рассмотрен подход к разработке системы управления, предусматривающий создание так называемой системы менеджмента качества и безопасности пищевой продукции, как самый рациональный, позволяющий, с одной стороны, минимизировать расходы на внедрение системы, а с другой, получить более полную и специализированную систему [1].

Разработка интегрированной системы менеджмента предполагает установление её элементов (состава), заключающих в себе требования интегрируемых стандартов. Определение состава элементов разрабатываемой системы менеджмента было произведено на основании анализа областей интегрирования.

Построение интегрированной системы менеджмента по требованиям нескольких стандартов должно выполняться в соответствии с базовыми принципами, заложенными в международных стандартах на системы менеджмента. При этом в качестве основы принимаются заложенные в стандартах ISO серии 9000 принципы процессного и системного подхода, лидерства руководства, вовлечения персонала. Эти принципы позволяют обеспечить наиболее успешную интеграцию различных требований в единую систему менеджмента [1].

Особый интерес представляет контроль качества продукции, изготовляемой на предприятиях малой мощности, на которых не обеспечивается должным контроль продукции [2].

Статистические методы анализа качества широко применяется в отечественной и зарубежной системах управления качеством продукции.

Статистический анализ – это исследование условий и факторов, влияющих на качество продукции.

Источником данных при осуществлении анализ и контроля качества служат следующие мероприятия [3]:

1) Инспекционный контроль: регистрация данных входного контроля исходного сырья, материалов; регистрация данных контроля готовых изделий; регистрация данных промежуточного контроля и т. д.

2) Производство и технология: регистрация данных контроля процесса; повседневная информация о применяемых операциях,

регистрация данных контроля оборудования (наладки, ремонт, техническое обслуживание); патенты и статьи из периодической печати и т.д.

3) Поставки материалов и сбыт продукции: регистрация движения через склады; регистрация сбыта продукции (данные о получении и выплате денежных сумм, контроль срока поставок) т.д.

4) Управление и делопроизводство: регистрация прибыли; регистрация возвращенной продукции; регистрация обслуживания постоянных клиентов, журнал регистрации продажи; материалы анализа рынка и т. д.

5) Финансовые операции: таблица сопоставления дебета и кредита; регистрация подсчета потерь; экономические расчеты и т.д.

Обычно для анализа данных на рабочем участке на японских предприятиях используются специально подобранные несложные для понимания и применения статистические методы – так называемые «семь инструментов контроля качества».

Эти семь инструментов объединяют следующие методы: расслоение; графики; диаграмма Парето; причинно-следственная диаграмма; гистограмма; диаграмма разброса; контрольные карты (X – R, p, pn и т.п.).

Перечисленные «семь инструментов контроля качества» при решении различных проблем могут использоваться как в отдельности, так и в различных комбинациях.

Заключение. Разработанные документы Системы менеджмента качества и безопасности на предприятиях складской логистики позволили, с одной стороны, реализовать требования технического регламента о безопасности пищевой продукции, с другой стороны существенно повысить компетентность персонала, конкурентоспособность и репутацию предприятия, вовлеченность руководства, а также эффективность и результативность управления.

Список литературы

1. Аксенова Е.С. Методы оценки качества и проблемы управления безопасностью пищевой продукции / Е.С. Аксенова, В.Н. Минат // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. науч. – практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. – 2019. – С. 8-14.
2. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н. Минат; Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
3. Сидорова А.В. Оценка уровня качества / А.В. Сидорова // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 134-141.
4. Чепик А.Г. Современное состояние и территориальная организация продовольственного рынка Рязанской области / А.Г.Чепик, В.Н. Минат, Л.В. Романова // Мичуринский агрономический вестник, 2018. – № 2. – С. 132-144.

УДК 378:004

ПРИНЯТИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ КАК СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Барсукова Н.В.[1]**,** канд. экон. наук, доцент,
Минат В.Н.[1]**,** канд. геогр. наук, доцент,
Судакова Г.Ю.[2]
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Проблемы рационального выбора решений при функционировании предпринимательских структур существовали всегда, но по ряду причин в последнее время важность их значительно возросла. Однако при функционировании любой организации возникает значительное число проблем уникального выбора решений, связанных с новыми для руководителей объектами выбора (проекты, технологии и т.п.), новыми условиями выбора (финансовое положение предприятия, объем продаж, позиции на рынке и т.п.), новыми критериями выбора решений.

Такого типа выбор, вот уже на протяжении не одного десятилетия, является наиболее трудным, так как требует выявления и формализации всех основных факторов, влияющих на будущие последствия решений, разработки процедуры взвешивания всех «за» и «против» [1].

Основная часть. Для повышения эффективности управленческой деятельности особое значение имеют стратегические решения, предусматривающие не только количественные, но и качественные изменения в структуре и методах работы и взаимодействия подразделений организации и, соответственно, в ее результатах. Разработка и реализация таких решений являются актуальными всегда, но особенно в условиях обновления технологии и организации труда, конверсии, поиска новых рынков сбыта, активизации человеческого фактора.

Главными требованиями, предъявляемыми к качеству решений обоих типов, являются их обоснованность, своевременность и экономическая целесообразность. Всесторонняя и реальная обоснованность решения во многом предопределяет его действенность, возможность достижения намеченных рубежей и заключается в сбалансированности всех его элементов, увязке задач, средств и методов их реализации. Одновременно при подготовке и обосновании решения необходимо учитывать то обстоятельство, что оно формируется и будет осуществляться не изолированно, а вместе с другими принятыми управленческими решениями, поэтому не должно вступать в противоречие с ними, если не

предполагает их изменения, корректировки или отмены. Обоснованность решения обеспечивается, прежде всего, использованием аналитических методов, балансовых и других типов расчетов, позволяющих согласовать потребности, удельные затраты, необходимые объемы ресурсов и различные организационные мероприятия (управляющие воздействия) [2].

Своевременность принятия решения характеризуется, прежде всего, возможностями предупреждения с его помощью возникновения и развития неблагоприятных тенденций и конфликтов, резкого снижения результирующих показателей организации (подразделения). Поэтому целесообразно подготавливать и принимать решения на стадии зарождения противоречия или при первых сигналах о возникновении угрозы невыполнения каких-либо сроков или заданий.

Используя принцип упреждающего или опережающего управления, можно выработать и принять соответствующие меры и предотвратить возможное нарушение или существенно ослабить его вероятные отрицательные последствия. Необходимо отметить, что конечная эффективность принятых решений существенно зависит от качества их реализации. Поэтому во всех звеньях и на всех уровнях управления этому этапу необходимо уделять повышенное внимание. В ряде случаев целесообразно разрабатывать специальные целевые программы или сетевые графики, охватывающие взаимосвязанный комплекс мероприятий по реализации принципиально важных решений, призванных качественно изменить положение дел в организации.

Эти мероприятия делятся на три группы.

Первая группа мероприятий направлена на своевременное доведение решения до исполнителей. Наилучшие положительные результаты обычно достигаются в тех случаях, когда непосредственные исполнители привлекаются к обсуждению вариантов решения и совокупности организационных мер по его реализации (кружки и бригады повышения производительности и качества, научно-практические конференции, семинары, рабочие совещания и т. п.).

Вторая группа мероприятий охватывает маневр кадрами, ресурсами, создает оперативные резервы, т.е. осуществляет материальное обеспечение процесса реализации решения.

Третья группа мероприятий направлена на улучшение процедур контроля процесса функционирования организации, в том числе хода реализации принятых решений. Такой контроль предупреждает срывы, оперативно устраняет возникающие трудности в ходе выполнения решения на стадии, когда есть еще время повлиять на процесс его реализации.

Необходимо отметить, что как бы хорошо ни было подготовлено важное (стратегическое) решение, оно является эффективным лишь для определенной совокупности внешних и внутренних условий и при их изменении требует пересмотра. Кроме того, нередко в ходе реализации

решения выясняется, что не все факторы и причинно-следственные связи были учтены, т.е. выявляются новые проблемы, требующие своего решения.

Зоны действия решения служат основой для разработки организационного плана решения. Этот план представляет собой распределение в пространственном и временном разрезах всего объема работ по реализации решения. Важно при этом обеспечить кадровую подготовку реализации решения. К работникам, которые должны исполнять решение, проводить его в жизнь, предъявляются такие требования, как компетентность, правомочность, возможность осуществлять контроль.

После составления организационного плана и подбора людей решение доводится до исполнителей. Особую роль здесь играет разъяснение принятого решения. Как бы ни было ясно решение, как бы ни было оно обосновано, нужно «живое» слово, разъяснение смысла и значения решения. Важно не допустить искажения смысла решения, неправильной его интерпретации и комментариев. Необходимо следить за тем, как обеспечивается процесс «истолкования» решения.

Заключение. Основная трудность эффективного контроля за реализацией решений состоит в том, что контролировать необходимо одновременно достаточно большое число решений. Основной способ преодоления этих трудностей – широкое использование средств оргтехники, а также внедрение автоматизированной системы учета и контроля выполняемых решений и поручений. Подведение итогов имеет большое социальное, воспитательное и чисто управленческое значение. Это проверка правильности применяемой системы принятия и реализации решений, это практическая учеба на собственном опыте.

Список литературы

1. Минат В.Н. Современное значение отечественного опыта стратегического планирования 1960-х годов / В.Н. Минат, М.В. Поляков // сб.: Актуальные проблемы науки и практики XXI века: материалы Всероссийской научно-практич. конференции; Ряз. фил-л НОУ ВО «Московская академия экономики и права», 2016. – С. 34-37.
2. Шатунов А.Н. Процесс принятия и реализации решений в управлении предпринимательскими структурами / А.Н. Шатунов // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 168-178.

УДК 336

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Быкова М.В., Савина И.В.
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого», г. Тула, РФ
info@tsput.ru

Введение. В настоящее время особое значение в управлении персоналом организации приобретает эффективная мотивация, необходимая для мобилизации имеющегося кадрового потенциала.

Основная **цель** мотивации – это получение максимальной отдачи от использования трудовых ресурсов организации, повышение трудовой активности и результативности труда, достижение ответственного отношения к качеству результатов труда со стороны всех работников организации. Но мотивация также является и решающим фактором результативности деятельности людей в условиях постоянно изменяющихся требований рынка.

Под мотивацией понимают функцию управления, осуществляющую комплекс воздействий, направленных на изменение системы ценностей и мотивов деятельности работников организации.

Основные результаты. Сегодня главной задачей для предприятий различных организационно-правовых форм собственности, становится поиск максимально эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизацию человеческого капитала [3].

Особенность практического внедрения системы мотивации персонала связана с малой изученностью мотивационных аспектов сотрудников, работающих в различных секторах экономики.

Мотивация, являясь одной из важнейших функция менеджмента, реализуется через систему стимулов, приводящих к удовлетворению потребностей и достижению целей персонала. Она способствует появлению определенных стимулов к работе (дополнительное денежное вознаграждение, продвижение по службе). Сотрудник работает более эффективно, если созданы комфортные условия для его трудовой деятельности [2].

Мотивировать персонал за высокую зарплату может каждый руководитель, но уметь мотивировать сотрудников, за качественную работу при этом за небольшую зарплату – вот настоящее искусство.

К основным направлениям развития системы мотивации персонала в современных условиях можно отнести: стратегические подходы, анализ внутренних мотивов трудовой деятельности, активное развитие экономических и социально-психологических методов стимулирования.

Стимулирование – функция управления, реализуемая через воздействие на поведение работника с помощью определенного набора благ (стимулов), получение которых возможно только при условии выполнения определенных действий.

Существуют разные способы изучения мотивации персонала в организации. Для выбора, подходящего из них, важно обратить внимание на сферу деятельности организации, с которой происходит взаимодействие. Не менее важно также повышение лояльности, сотрудников, степени его вовлеченности или же мотивационные факторы каждого из них.

Еще одним, чрезвычайно важным, процессом в организации, является создание сплоченного коллектива высокопрофессиональных специалистов. Какая бы не была профессиональная команда, и созданы все наилучшие условия работы, приходит время, когда персонал теряет интерес к работе, и, как следствие, уходит из организации.

Приоритетным может стать направление развития сотрудников и инвестирование в их обучение. Повышение квалификации и участие в принятии решений при выполнении задач организации позволят сформировать профессиональный профиль мотивации персонала.

Значит вложение в обучение и развитие кадрового потенциала организации также является целесообразным.

Мотивация труда работников сегодня претерпела большие изменения. Долгое время считалось, что основным и достаточным мотивом эффективного труда работника является материальное вознаграждение.

В настоящее время можно говорить о возрастающей роли работника в деятельности организации, в том числе, в управлении этой организацией. Следовательно, необходим качественно новый подход к управлению организацией в целом. Основа такого подхода:

- разработка новой философии управления персоналом;
- совершенствование служб управления персоналом;
- внедрение передовых технологий в управлении персоналом;
- усиление корпоративной культуры организации [2].

Руководителям необходимо осознать, что они могут непосредственно влиять на экономические успехи компании за счет четко налаженной и отработанной системы управления.

Изучение механизма деятельности коллектива позволит руководителю разработать мотивационную структуру, необходимую для создания эффективной команды.

Заключение. Таким образом, мотивацию труда можно считать важнейшим условием результативной работы, так как она составляет основу трудового потенциала работника, т.е., влияет на производственную деятельность, создает предпосылки успешности организации в будущем.

Следовательно, высокая производительность труда персонала возможна лишь при эффективно налаженной системе мотивации [1].

Список литературы

1. Бабинцева Е.И. Современные способы мотивации персонала / Е.И.Бабинцева, Д.Л.Линкина // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 6 [Электронный ресурс]. URL: http://web.snauka.ru/issues/2016/06/69217.
2. Данцева Д.С. Современные методы управления персоналом организации / Д.С.Данцева // Молодой ученый. – 2017. – №40. – С. 106-108. – URL https://moluch.ru/archive/174/45845/ (дата обращения: 27.09.2018).
3. Петрова Р.А. Высокоэффективная мотивация персонала в организации / Р.А.Петрова // Международный студенческий научный вестник. – 2017. – № 2. URL: http://eduherald.ru/ru/article/view?id=16858.
4. Быкова М.В. Современные инновационные подходы в мотивации персонала организации / М.В.Быкова, И.В.Савина, С.А. Гришина // Экономика и социум. – 2016.– №9 (28). – С.93-96.
5. Усвятцева К.М. Современные подходы мотивации персонала на предприятии / К.М.Усвятцева // Молодой ученый. – 2017. – №17. – С. 394-395.

УДК 005.4

СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Вертиль Н.Н., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
vertil@donnu.ru

Введение. Общепризнанным в настоящее время является тезис о необходимости стратегического управления организацией. При этом существует три основные позиции рассмотрения его в научной и учебной литературе: функциональная, процессная и элементная. Представляет интерес изучение стратегического менеджмента с позиции совокупности элементов, где ключевым из них является организационная культура. Разрешение противоречий внутренней и внешней среды, по сути, и исследуются в ее рамках, что делает тему данного исследования актуальной.

Организационная культура может быть отнесена к относительно молодым проблемам менеджмента. У ее истоков Эдгар Х. Шейн, который первым обратил внимание на наличие данной проблемы в управлении организацией. В дальнейшем многие ученные занимались исследованиями в данной области. Так, Баллер Э.А., Моль А., Сате В., Флиер А.Я. изучали сущность данного понятия; Грошева И.В, Крымчанинова М.В, Денисон Д., Фей К., Шольц А. разрабатывали понятийный аппарат; Базаров Т.Ю., Виханский О.С., Гительман Л.Ф., Лузаков А.А., Наумов А.И., Радугин А.А., Радугин К.А., Альберт М., Мескон М.Х., Нельсон Р., Хедоури Ф. и другие рассматривали вопросы управления процессом формирования организационной культуры.

Цель – систематизировать основные подходы к определению понятия «организационная культура».

Основные результаты. Безусловно, начать исследование необходимо с определения, которое сформулировал основоположник идеи об организационной культуре. Э.Х. Шейн предполагает, что «культура как совокупность основных предположений определяет для нас то, на что необходимо обратить внимание, например, что некоторые вещи означают, как реагировать эмоционально на то, что происходит, и какие действия предпринять в различных видах ситуаций». Данное определение является, по сути, достаточно размытым и не дает четкого понимания сущности явления.

В рамках первой группы данное понятие определяется как систему ценностей организации. М. Магура предлагает следующее определение: «Это ценности, установки, приоритеты работников, связанные с их работой в организации». В рамках данной группы необходимо выделить и определения, представленные К. Брауном и Спиваком В.А соответственно. Организационная культура – это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеет тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации. Организационная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды. То есть данный подход можно определить как психологический.

Наряду с ценностями, теоретики менеджмента также говорят о наличии определенных групповых норм, то есть можно говорить о выделении второй группы определений данного понятия. Кубанейшвили А. даёт следующее определение: «Под организационной культурой можно понимать совокупность ценностей, принципов и правил деятельности организации, которые разделяются большинством сотрудников и передаются из поколения в поколение». Сюда можно включить определение, данное А.Карповым: «Организационная культура – совокупность норм, правил, обычаев и традиций, которые поддерживаются субъектом организационной власти и задают общие рамки поведения работников, согласующиеся со стратегией организации». Также к данной группе принадлежат определения данные Д. Элдриджем и А. Кромби, которые отметили, что: «Организационная культура – это уникальная совокупность норм, ценностей, убеждений, которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней задач». Данную группу можно назвать бихевиористической.

Также целесообразно выделить когнитивный подход к исследованию сущности организационной культуры. К. Шольц говорил о том, что организационная культура представляет собой неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения. Д. Дреннан отмечал: «Культура организации – это всё то, что для последней типично: её характерные черты, превалирующие отношения, сформировавшиеся образцы принятых норм поведения». Н. Лемэтр, представляя данное понятие, говорил, что культура предприятия – это система представлений, символов, ценностей и образцов поведения, разделяемая всеми его членами. Э. Джакус предложил такое определение: «Культура предприятия – это вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими». Г. Морган: «Культура в метафорическом смысле – это один из способов осуществления организационной деятельности посредством использования языка, фольклора, традиций и других средств передачи основных ценностей, убеждений, идеологии, которые направляют деятельность предприятия в нужное русло». Также существует группа определений, которые, выявляя сущность данного понятия, определяют его как определенный стереотип поведения в организации. К ним следует отнести следующие. Нельзя также отрицать, что поведение людей внутри организации, а также сформированные внутри нее ценности не опираются на существующий опыт, то есть согласно Б. Фегану, организационная культура – это история, представленная в настоящем.

Также авторы трактуют корпоративную культуру и как климат в организации. Так, М. Х. Мескон: определил, что атмосфера или климат в организации называется её культурой.

Философский подход трактует организационную культуру как организационную философию, которая выражается в обычаях, убеждениях и других внутриличностных составляющих. М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури отметили, что это преобладающие убеждения, обычаи и ожидания организации. Д.Ньюстром и К.Дэвис выявили, что организационная культура представляет собой набор предположений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются всеми членами организации.

Заключение. В данном исследовании представлены различные трактовки определения понятия организационная культура. Их многообразие обуславливает необходимость их систематизации. Это позволило представить следующие основные подходы: психологический, бихевиористический, когнитивный, философский.

Список литературы

1. Иванова С.В. Организационная культура: традиции и современность [Текст]: учеб. / С.В. Иванова // Управление персоналом. – 2012. – № 4. – С. 97.
2. Ігнатьєва І.А. Корпоративне управління. Підручник для ВНЗ / І.А.Ігнатьєва, О.І.Гарафонова. – Київ: ЦУЛ, 2013. – 600 с.
3. Клименко А.А. Организационная и корпоративная культура: концептуальные различия / А.А. Клименко // Молодой ученый. – 2010. – №11. – Т.2. – С. 173-179.
4. Кубанейшвили А. Преобразование компании – начните с корпоративной культуры» / А.Кубанейшвили // Управление персоналом, РЦБ 2006. – С. 6.
5. Спивак В.А. Корпоративная культура / В.А.Спивак. – Санкт-Петербург: Питер, 2001, серия «Теория и практика менеджмента». – 352 с.
6. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учебное пособие для студентов вузов / О.Г. Тихомирова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 151 с.
7. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб: Питер, 2002. – 336 с: ил.

УДК 338.242.2

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-АКТИВНОЙ СРЕДЫ СОТВОРЧЕСТВА КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ

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

Введение. В современных реалиях хозяйствования, ориентация менеджмента организаций на создание инноваций, основанных лишь на традиционной линейной парадигме инновационного развития, в которой субъекты науки и инженерии являются единственными легитимными источниками инновационных идей, демонстрирует собственную ограниченность.

Актуальной задачей инновационной деятельности является поддержка когнитивной гетерогенности, необходимой для расширения пространства совместной инновационной деятельности. Адекватное решение данной задачи возможно за счет формирования и использования инновационно-активных сред сотворчества.

Цель исследования – анализ основных характеристик и преимуществ инновационно-активных сред сотворчества для обеспечения эффективного управления инновациями.

Основные результаты. Концепция формирования инновационной среды для обеспечения технологического и индустриального развития возникла в начале 1980-х годов в Беркли в ходе бесед между П. Холлом, Ф. Айдало и М. Кастельс, как средство анализа системных условий,

предоставляемых экономическим субъектам для производства новых идей, продуктов, создания новых производств и развития новых рынков. В частности, М. Кастельс под инновационной средой понимает «специфическую совокупность отношений производства и менеджмента, основанную на социальной организации, в целом разделяющую культуру труда и инструментальные цели, направленные на генерирование новых знаний, новых процессов и новых продуктов. ... Специфику инновационной среды определяет именно ее способность генерировать синергию, то есть добавленная стоимость получается не от кумулятивного эффекта элементов, которые присутствуют в среде, а от их взаимодействия» [1, с. 422].

Таким образом, инновационно-активная среда сотворчества – это совокупность условий творческого взаимодействия рефлексивно-активных субъектов внешней среды, ориентированная на создание релевантных инновационных ценностей, за счет синергетической комбинации идейного многообразия стейкхолдеров. Потенциальными участниками инновационно-активной среды сотворчества могут быть органы государственной и региональной власти, поставщики, производители средств производства, научно-исследовательские и образовательные учреждения, конкуренты, дистрибьюторы, потребители, консультанты [2].

Задачей инновационной деятельности является поддержка идейного многообразия для расширения рефлексивно-аксиологического пространства совместной деятельности по созданию релевантных инноваций. Адекватное решение данной задачи возможно за счет систематизации факторов обеспечения эффективной работы инновационно-активной среды сотворчества, функционирующих на междисциплинарных началах и ориентирующихся в своей деятельности на прогрессивные управленческие парадигмы.

Основной предпосылкой сотворчества является расширение рефлексивного поля за счет привлечения инновационно-активных субъектов, имеющих сформированные личностные представления об «идеальном» объекте и способных ориентировать проекцию своих знаний и опыта на создаваемый инновационный продукт. Параллельно происходит процесс экспертизы и апробации инновационных идей в среде пользователей, субъектов причастных к его созданию и всех заинтересованных сторон, понимающих их преимущества и недостатки и способных на креативное формирование образа инновационной ценности, максимально соответствующей ожиданиям и требованиям рынка.

Задачей инновационно-активной среды сотворчества является создание условий для интеграции потребителей-носителей инновационных идей для использования их знаний и опыта в процессе создания инновационных ценностей. Реализация подобных взаимодействий в потенциале способна принести основным стейкхолдерам данного процесса существенные преференции, среди которых:

для предприятия – возможность приблизить создаваемые инновации к потребностям и ожиданиям потребителей, повышение эффективности

инновационных процессов, наполнение продуктового портфеля релевантными инновациями и т.д.;

для персонала – снижение неопределенности в процессе создания инновационных ценностей, за счет получения предварительных реакций со стороны потребителей на результаты творческого процесса, расширение рефлексивного поля НИОКР и т.д.;

для потребителя – получение релевантных инновационных ценностей, причастность к творческим процессам и возможность создания чего-то оригинального и значимого, аффилиация, самоактуализация и т.д.;

для общества – приближение к концепции устойчивого развития за счет экономии различных ресурсов, снижение техногенных рисков за счет участия в процессе создания ценности субъектов, реализующих эксплуатационный анализ и причинно-следственную экспертизу использования инновационного объекта.

З**аключение.** Необходимо также отметить, что инновационно-активная среда сотворчества, нацеленная на открытые инновации, нивелирует своей деятельностью запрет на свободное использование интеллектуальной собственности и способно заимствовать инновационные идеи в окружающей среде и встраивать их в создаваемые инновационные ценности. Однако, безусловно, основным препятствием для повсеместного распространения модели открытых инноваций, является укорененность в сознании большинства ключевых субъектов закрытости инновационного процесса. Поэтому постепенное движение субъектов хозяйствования от полюса «закрытых инноваций» к полюсу «открытых» реализуется на глобальном уровне в различных формах взаимодействия (аутсорсинг, краудсорсинг, краудфандинг).

Список литературы

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс. – Пер. с англ. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.
2. Безгин К.С. Управление процессом создания ценности на предприятии: полисубъектность и коллаборация: монография [Текст] / К.С. Безгин. – Харьков: НТМТ, 2015. – 285 с.

УДК 8.11

МОДЕЛЬ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ АККРЕДИТОВАННОГО ИСПЫТАТЕЛЬНОГО ЛАБОРАТОРНОГО ЦЕНТРА

Дончевский Г.Н., д-р экон. наук, профессор, ***Андреева А.Г.***
ФГБОУВО «Донской государственный технический университет»,
г. Ростов-на-Дону, РФ
dongrin@yandex.ru

Введение. Комплексный подход к управлению давно вот уже более полутора столетий является классикой управленческой деятельности. Однако это вовсе не означает, что на глобусе комплексного управления не осталось белых пятен. Из причин, которые требуют неослабного внимания к проведению теоретико-практических изысканий в сфере комплексного управления можно назвать, по крайней мере, три. Первая заключается в том, что активная параллельная разработка проблематики комплексного управления, с одной стороны, и проблематики системного подхода к управлению, с другой, привела к появлению немалой путаницы между этими подходами (комплексное употребляется как синоним системного и, наоборот). Настало время избавиться от целого ряда такого рода несуразиц. Вторая причина кроется в том, что нарастающая неопределенность, переставшая, наконец, восприниматься теорией управления в качестве зла, породила необходимость серьезной корректировки комплексности с учетом фактора неопределенности. Наконец, серьезным, и на этот раз уже сугубо практической причиной возрастания значения проблемы комплексности стало вступление в силу с 01.09.2019 г. межгосударственного стандарта ГОСТ ISO/IEC 17025-2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» [1], который буквально испещрен различными аспектами требования системности, но не содержит при этом терминов «комплексность», «комплекс». Это побуждает разобраться о применимости или неприменимости к деятельности испытательных лабораторий требований комплексности.

Цель – предложить авторскую версию современной концепции комплексного управления, применение которой могло бы привести к улучшению основных показателей деятельности аккредитованного испытательного лабораторного центра, ориентированного на генерирование благодатной добавленной стоимости.

Основная часть. В организационно-позиционном отношении проблема комплексного управления развитием выступает в форме проблемы выявления основных позиций, из которых может осуществляться результативная разработка и решение проблемы

комплексности, и – в последующем – запуск процесса освоения каждой из этих последовательных позиций, а также управления (самоуправления) последовательной сменой их.

Наблюдение за лучшей практикой комплексного управления развитием и теоретическое осмысление результатов такого наблюдения привело нас к выводу о том, что достаточно очевидно прослеживается закрытый перечень тех позиций, из которых ведется разработка интересующей нас проблемы: во-первых, позиция аналитика; во-вторых, позиция теоретика (концептуализатора); в-третьих, позиция проектировщика; наконец, в-четвертых, позиция организатора.

Во всех проанализированных нами практиках наблюдается последовательная смена этих позиций.

Однако, говоря о железной последовательности смены позиций, необходимо тут же отметить следующее. Переход из одной позиции в другую вовсе не означает уничтожение всех других или какой-либо из других позиций. Просто эти другие из основной позиции превращаются (или все еще пребывают) в позиции обеспечивающие. Так на футбольном поле передача мяча одному из позиционеров (например, защитнику) вовсе не означает, что этот позиционер ведет игру, забыв от всех других позиционных статусах (полузащитнике, нападающем, вратаре). Увлекшись мячом, забыв даже на секунду о других позициях, отказавшись от вовлечения их потенциала, позиционер (в нашем примере – защитник) или существенно обедняет игру, или – что еще страшнее – вовсе разрушает ее. Даже если, увлекшись, он забил мяч в ворота противника. Мяч в воротах, а игра, футбол мгновенно покинули стадион.

Закончив краткое описание организационно-позиционной модели комплексного управления развитием, перейдем к обсуждению материально-вещественной стороне проблемы комплексности (кстати, обратить внимание на эту сторону дела можно, только заняв позицию вначале аналитика, а затем перейдя в позицию теоретика/ концептуализатора).

Прежде всего становится очевидным, что сама проблема комплексности возникает только тогда, когда управляемый объект из единичного превращается в множественный. Сам факт *множественности* объекта управления ставит проблему согласованности между несколькими структурными элементами объекта. Или даже, наоборот, только когда возникает необходимость (проблема) согласовать движение (действия, поведение) нескольких элементов, только тогда возникает *и* новый (сложносоставной) объект, *и* проблема нового (именно – комплексного) похода к его управлению.

Однако множественность, выступая родоначальницей проблемы комплексного управления, не формирует собой зрелость этой проблемы. Проблема комплексного управления созревает тогда, когда множественность однородных объектов преобразуется в множественность объектов *разнородных*.

Если множественность требует *согласованности*, то разнородность нуждается в установлении *согласия*. Проблема обеспечения согласованности решается через возникновение разнородности. Проблема обеспечения согласия решается через возникновение договоренности (договора).

В ходе осуществления описанного цикла происходит постепенное накопление социально-волевой и интеллектуальной энергии, которая – после достижения договоренностей (заключения договора) служит основным источником сил осуществления проектов и программ комплексного развития. Дело обстоит таким образом: чем лучше, профессиональнее осуществлен полный цикл комплексности, тем меньше для реализации проектов и программ требуется уже накопленных (располагаемых) материально-вещественных и финансовых ресурсов. Полный цикл комплексности служит рычагом, резко (в разы и даже кратно) умножающим внутреннюю энергию проектов – энергию комплексности. И, наоборот, пренебрежение этим полным циклом комплексности, ошибки и просчеты при его проведении снижают энергию комплексности и вынуждает заинтересованные стороны прибегать к мобилизации огромных материально-вещественных и финансовых ресурсов.

Ибо, как сказано в священном писании, рассеянные, как овцы, не имеющие пастыря, пребывают в изнурении [2].

Если говорить об историко-научном аспекте, то одним из первых, кто решал проблему комплексности, опираясь на свойство множественности (и, в известной мере, искал пути преодоления разнородности) был Платон [3]. Й. Шумпетер был тем, кто стал решать проблему комплексности, опираясь на свойство разнородности [4].

Заключение. Как мы постарались показать, проблема комплексности в ее формате комплексного управления развитием на самом деле далеко не исчерпала своего потенциала. Дальнейшее ее существование неразрывно связано со способностью теоретиков вырабатывать для нее новые концептуальные структуры. Причем вырабатывать на базе внимательного наблюдения за ростками той лучшей управленческой практики, которую формирует современная действительность.

Список литературы

1. ГОСТ ISO/IEC 17025-2019. Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий [Текст]. – М.: Стандартинформ, 2019. – 32 с.
2. Евангелие от Матфея. Стих 36, глава 9.
3. Платон. Государство. – М.: Русайнс, 2015. – 324 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й.Шумпетер. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 401 с.

УДК 331

ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КОМПЕТЕНТНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ВНУТРЕННЕЙ АТТЕСТАЦИИ

Дончевский Г.Н., д-р экон. наук, профессор, ***Ворсина Ю.А.***
ФГБОУВО «Донской государственный технический университет»,
г. Ростов-на-Дону, РФ
vjuli84@gmail.com

Введение. В настоящее время среди аккредитованных испытательных лабораторий является типичным и широко распространенным либо линейный, либо функциональный подход к управлению организацией. Однако все большую актуальность приобретает методология управления рисками, построенная на процессных принципах. Мощным стимулом перехода аккредитованных испытательных лабораторий к этой методологии стало вступление в силу с 01.09.2019 г. межгосударственного стандарта ГОСТ ISO/IEC 17025-2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» [1], а также с 24.09.2019 г. изменений в «Критерии аккредитации и перечень документов, подтверждающих соответствие заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации» [2], в которых содержится требование чтобы система менеджмента качества испытательной лаборатории должна предусматривать систему управления рисками и возможностями.

Цель. Предложить один из возможных подходов к реализации в деятельности аккредитованной испытательной лаборатории требований риск-ориентированного мышления, ведущего к повышению результативности системы менеджмента качества, ориентированной на генерирование благодатной добавленной стоимости.

Основная часть. Один из ключевых ресурсоподобных рисков, связанных с деятельностью испытательных лабораторий, напрямую связан с персоналом. Испытательная лаборатория должна гарантировать беспристрастность и компетентность всего своего персонала, выполняющего лабораторную деятельность и работающего в соответствии с принятой в ней системой менеджмента качества.

Несоответствие персонала квалификационным требованиям входит в типовую шестерку нарушений, выявляемых Росаккредитацией [3]. Поэтому испытательной лаборатории необходимо, во-первых, *декларировать* беспристрастность и компетентность своего персонала, тем самым возлагая на себя этическую ответственность за него перед всеми заинтересованными сторонами. Во-вторых, лаборатория должна *демонстрировать* беспристрастность и компетентность своего персонала, чем

возлагать на себя юридическую ответственность за персонал. В-третьих, лаборатория должна *доказывать* перед всеми заинтересованными сторонами (внешними и внутренними) фактическую беспристрастность и компетентность своего персонала, чем на деле управлять как рисками несоответствия требованиям ГОСТ ISO/IEC 17025-2019, так и рисками нарушения аккредитационного законодательства. Назовем этот наш подход к структурированию системы управления рисками деятельности аккредитованной лаборатории «3Д-системой», поскольку только при условии выполнения всех трех указанных компонентов лаборатория сможет успешно парировать и обрабатывать все возникающие в ее деятельности риски, связанные с персоналом.

Исходя из общего требования процессного подхода документировать все элементы деятельности (условия реализации принципа «принятие решений, основанных на свидетельствах» [4]), каждый из трех элементов 3Д должен найти свое место в системе документированной информации лаборатории. Местом, отведенным для элемента «декларирование», является заявление руководства лаборатории о политике и целях лаборатории в области качества, наличие которого подразумевается п.п. 8.2.1, 8.2.2 ГОСТ ISO/IEC 17025-2019 [1].

Местами, наиболее уместными для реализации в деятельности лаборатории второго элемента 3Д-системы («демонстрация») могут быть: трудовой договор с работником, его должностная инструкция, а также рекомендуемый образец 1«Образец документа о представлении сведений о работниках» Критериев аккредитации [2].

Наконец, третий элемент 3Д-системы («доказательство») реализуется в записях, которые ведет лаборатория в ходе своей деятельности.

Если доказательства наличия квалификации (документы об образовании, свидетельства дополнительной подготовки или переподготовки, запись об опыте работы в трудовой книжке) продемонстрировать испытательным лабораториям в основном не составляет труда, то с предоставлением доказательств наличия компетентности возникают трудности.

Компетентность аккумулирует в себе:

знания – результат получения специального образования;

умения – способности специалиста применять полученные знания при выполнении своих должностных обязанностей.

навыки – устойчивое решение специалистом задач профессиональной деятельности благодаря опыту работы и обучению.

Поэтому критерии компетентности персонала испытательных лабораторий условно можно разделить на две группы:

1. Профессиональная компетентность – критерии, соответствующие конкретной должности:

- требования к специальным знаниям, умениям, навыкам, предъявляемым профессиональными стандартами к должности и внутренними документами (например, должностной инструкцией);

- практический опыт работы по проведению исследований, испытаний и измерений.

2. Корпоративная компетентность – критерии, предъявляемые к специалисту испытательной лабораторией при достижении ей своих целей и задач:

- понимание и соблюдение принятой в испытательной лаборатории политики в области качества;
- знание и понимание внутренних документов, регулирующих деятельность лаборатории и всех ее сотрудников [5].

Для обеспечения и поддержания компетентности персонала в лаборатории критерии компетентности должны быть задокументированы, а также должны вестись записи о компетенции персонала с датами ее подтверждения, что подразумевает установление периодичности данной процедуры для каждого специалиста. Реализовать эти требования можно с помощью процедуры внутренней аттестации сотрудников испытательной лаборатории.

Процедура внутренней аттестации специалистов испытательных лабораторий поможет выявить следующие риски и возможности:

1. Возможность оценки профессионального уровня специалистов лаборатории, непосредственно проводящих исследования, испытания и измерения, а также специалистов, ответственных за оформление и утверждение результатов испытаний, с целью поддержания требуемого уровня компетентности персонала лаборатории.
2. Возможность проведения контроля за успешностью выполнения деятельности специалистов лаборатории с целью исключения рисков ненадлежащего выполнения ими своих должностных обязанностей.
3. Выявление недостатков (рисков) в уровне подготовки специалистов лаборатории.
4. Возможность развития персонала путем повышения квалификации и внутреннего/внешнего обучения.
5. Возможность выявления резервов повышения эффективности труда специалистов лаборатории.
6. Возможность планирования карьеры специалистов и должностных перемещений.
7. Определение стратегических возможностей лаборатории при управлении ее внутренним потенциалом, для быстрой адаптации в постоянно меняющейся среде (прогноз будущих проблем и путей их решения, а также уровень компетентности, необходимый специалистам лаборатории для осуществления успешной деятельности в будущем) [6].

Заключение. Таким образом, процедура внутренней аттестации сотрудников в испытательной лаборатории позволит определить текущий уровень компетентности персонала, выявить несоответствия в нем, определить действия по получению необходимого уровня компетент-

ности, для устранения выявленных несоответствий, провести анализ и оценку этих действий для убежденности в достижении необходимого уровня компетентности и поддерживать его.

Список литературы

1. ГОСТ ISO/IEC 17025-2019. Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий [Текст]. – Введ. 2019-09-01. – М.: Стандартинформ, 2019. – 32 с.
2. Приказ Минэкономразвития России «О внесении изменений в приказ Минэкономразвития России от 30 мая 2014 г. № 326 «Об утверждении Критериев аккредитации, перечня документов, подтверждающих соответствие заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации, и перечня документов в области стандартизации, соблюдение требований которых заявителями, аккредитованными лицами обеспечивает их соответствие критериям аккредитации». – Введ. 2019-08-19 . – № 506. // Национальная система аккредитации. URL: https://fsa.gov.ru/documents/9593/ (дата обращения 24.09.2019).
3. Мигин С. Чек-лист Росаккредитации для лабораторий и органов по сертификации, шесть типовых нарушений аккредитованных лиц и как их избежать // Средство массовой информацииРтокачество. 2018. URL: https://kachestvo.pro/kachestvo – produktsii / akkreditatsiya / chek – list-rosakkreditatsii – dlya – laboratoriy – i – organov – po – sertifikatsii/ (дата обращения: 24.09.2019).
4. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. – URL: http://docs. cntd.ru /document/ 1200124394 (дата обращения: 27.09.2019).
5. Григорян Е.С. Управление качеством на основе компетентности персонала / Е.С. Григорян, И.В. Голубкова // Вестник СГСЭУ. – 2018. – № 4. – С.73.
6. Аксенова Е.А. Управление персоналом. 2-е изд., перераб. и доп. / Е.А.Аксенова – М.: Юнити, 2008 г. – 73 с.

УДК 330.46

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Еременко А.А., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
eremenko.anatoly@donnu.ru

Введение. Трансформационные преобразования, происходящие в отечественной экономике, требуют от руководителей предприятий различных видов экономической деятельности и форм собственности глубокой теоретической подготовки и практических навыков эффективного управления операционной деятельностью. В данной связи перед экономической наукой встает задача формирования теоретико-методологических подходов эффективного управления операционной деятельностью предприятий, а также разработка практических рекомендаций по его организационному обеспечению. Поэтому тема исследования является *актуальной.*

Исследованием закономерностей планирования, создания и эффективного использования операционной системы предприятия занимались Н.Дж. Аквилано, Ф.Р. Джейкобз, Р.Б. Чейз, В.К. Беляев, В.А. Козловский, И.Ф.Комарницкий, О.В.Михайловская, Н.А.Саломатина, Р.А.Фатхутдинов, Е.В.Шульга и др. Однако до сих пор не предлагаются комплексные модели, обобщающие весь спектр задач по данной проблематике и касающиеся узкой функциональной специфики.

Цель исследования – развитие теоретико-методологических основ, а также совершенствование прикладных методик управления операционной деятельностью субъектов хозяйствования.

Основные результаты. Анализ специализированной литературы позволяет сделать вывод, что операционный менеджмент представляет собой важную сферу деятельности, связанную с управлением процессами и операциями в бизнесе, служит основой развития многих направлений менеджмента, таких как менеджмент качества, управление запасами, управление проектами и др. Выбор главной операционной функции основывается на стратегическом видении ключевой компетенции предприятия. Для промышленных предприятий главной операционной функцией является производство продукции, для предприятий сервиса – предоставление услуг. В том и другом случае любые операции перерабатывают тот или иной ресурс в некоторый продукт [1].

Следует отметить, что методологической основой операционного менеджмента является системный подход, общая теория систем и кибернетика. При этом теория операционного менеджмента развивается на основе принципов системного подхода, в раках которого каждый объект рассматривается как многообразие типов связей, объединенных в единую систему [2].

В системе управления предприятием операционная система рассматривается как совокупность подсистемы планирования и контроля, а так же обеспечивающей и перерабатывающей подсистем (рис. 1).

Вопросы планирования, создания и эффективного использования операционных систем разных типов являются значимыми как для новых, так и для уже функционирующих предприятий. В процессе проектирования операционных систем в хозяйственной практике выделяют производственную и структурно-организационную составляющие, а также аспект эффективности (рис. 2).

При этом производственный аспект приобретает первостепенное значение в силу того, что качество и объем продукции, а также уровень затрат предприятия и получаемая прибыль влияют на характер осуществляемых в процессе производства функций. Значимость структурно-организационного аспекта проявляется в том, что организационная структура предприятия должна отвечать требованиям рационального разделения труда. Аспект эффективности касается

проблемы выбора критериев оценки, как качества продукции, так и деятельности отдельных производственных подразделений предприятия.

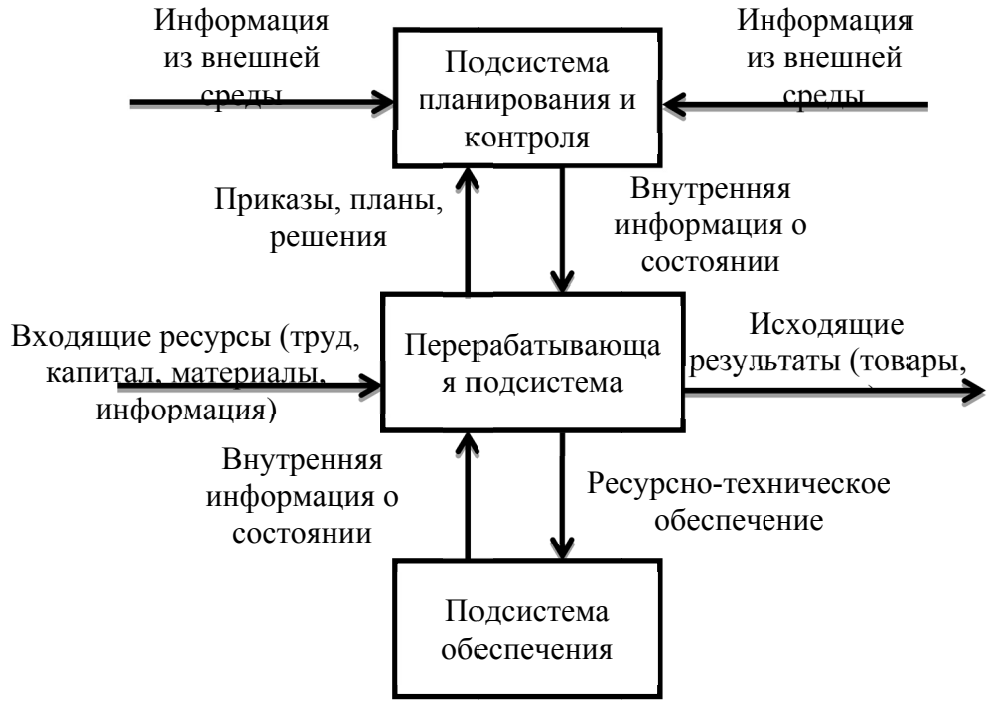


Рис. 1. Схема взаимодействия элементов операционной системы предприятия [3]



Рис. 2. Алгоритм проектирования операционной системы предприятия [5]

Заключение. В работе предлагается модель системы управления операционной деятельностью предприятия на основе интегрального подхода, при которой отдельные операции рассматриваются как некоторые центры бизнес-активности или специфические структуры, объединенные в

интегральном процессе управления операционными системами для более полного и качественного удовлетворения потребностей клиентов и выполнения целей субъектов хозяйствования.

Список литературы

1. Беляев В.К. Операционный (производственный) менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В.К. Беляев. – Иркутск: Изд-во Б ГУ. – 2017. – 320 с. – Режим доступа: http://lib-catalog.isea.ru.
2. Капінос Г.І. Операційний менеджмент [Текст] : навч. посіб./ Г.І. Капінос, І.В Бабій. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 352 с.
3. Производственный менеджмент: учебник и практикум для прикладного бакалавриата [Текст] / под ред. Л.С.Леонтьевой, В.И.Кузнецова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 305 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: учебник для вузов [Текст] / Р.А. Фатхудинов – М.: Банки и биржи ЮНИТИ, 1997. – 447 с.
5. Шульга Е.В. Сравнительный анализ различных подходов к измерению и оценке эффективности менеджмента [Текст] / Е.В. ульга, В.И.Шульга // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2016. – № 10-1. – С. 213-220.

УДК 007.2

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС: ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИЛИ АКТИВНОСТЬ

Железняк В.Ю., канд. экон. наук, доцент
Министерство юстиции Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР
Zheleznyak_valeriya2017@mail.ru

Введение. Организационный процесс в настоящее время не является непосредственном объектом изучения какой-либо конкретной науки. Попытка создания такой науки имела место в начале XX в., когда великим российским ученым А.А. Богдановым впервые были сформулированы общие организационные принципы и законы, по которым протекает организационный процесс во всех сферах органического и неорганического мира, в работе стихийных сил и сознательной деятельности людей. Изложенные в его научном труде «Тектология. Всеобщая организационная наука» идеи намного опередили свое время и остались непонятыми среди современников. В то же время тектология Богданова предвосхитила и общую теорию систем Л. фон Берталанфи, и кибернетику Н. Винера и У. Эшби, и синергетику Г. Хакена и И. Пригожина. И хотя в современных научных публикациях отсутствует информация о новых попытках создания единой научной теории организационного процесса, интерес к самому организационному процессу проявляют представители различных отраслей научного знания (в том

числе и управленческих наук), что обосновывает необходимость конкретизации сущности данного понятия.

Цель – конкретизация сущности понятия «организационный процесс».

Основная часть. Организационный процесс обычно рассматривается как активность (совокупность организационных актов) по упорядочиванию строения или функционирования чего-либо либо как деятельность (совокупность действий), нацеленных на получение определенного результата. При этом согласно философскому словарю деятельность представляет собой форму «… существования человеческого общества; проявление активности субъекта, выражающейся в целесообразном изменении окружающего мира, а также в преобразовании человеком самого себя. Деятельность носит осознанный характер; она включает в себя цель, средство, результат и сам процесс» [1, с. 91]. Согласно данному подходу понятие «деятельность» применительно исключительно к человеку, что подчеркивается также и наличием цели в качестве регулирующего ход деятельности субъективного образа конечного результата. Однако, в научных публикациях подход к сущности деятельности не так однозначен, как в философском словаре. Так, И. Дубовым [2] на основе проведенных исследований выделены три взаимоисключающие, но аргументированные и разделяемые определенным кругом ученых позиции по вопросу взаимного отношения понятий «деятельность» и «активность».

Согласно первой позиции слова «активность» и «деятельность» рассматриваются как синонимы на том основании, что слово «активность» пришло в русский язык в XIX в. из английского или немецкого языков (activity или aktivitat), а туда, в свою очередь, – из латыни (actio). При этом во всех языках романско-германской группы это слово означает «деятельность».

Оппоненты вышеуказанной позиции утверждают, что если в XIX в. данные понятия и были синонимами, то за то время, которое понятие «активность» осваивалось русским языком, оно прошло столь значительный путь, что стало существенно отличаться от своего романо-германского прародителя. Однако, относительно характера таких отличий оппоненты синонимии понятий «активность» и «деятельность» придерживаются прямо противоположных точек зрения. Так, В.А. Петровским [3] активность рассматривается в качестве ключевого момента саморазвития деятельности. Но, как отмечает И. Дубов [2], несмотря на высокую цитируемость монографии В.А. Петровского, высказанное им предположение не получило широкого распространения и не повлияло принципиальным образом на научную лексику занимающихся данной проблематикой специалистов.

Наиболее обоснованной представляется позиция, согласно которой активность, являясь всеобщим свойством (атрибутом) материи, проявляю-

щимся в ее способности к самодвижению, изменению других объектов, развитию определенных внутренних состояний, актуализирующих природу объекта под влиянием внешних воздействий, выступает более широким понятием по отношению к деятельности, являющейся конечным результатом эволюции активности (табл. 1) и выступающей при этом частным ее проявлением.

При этом соотношение процесса организации (как активности) и человеческой деятельности как общего и частного была отмечена еще А.А. Богдановым, утверждавшим, что вся «человеческая деятельность от простейших до наиболее сложных ее форм сводится к организующим процессам. У человечества «нет иной деятельности, кроме организационной, нет иных задач, кроме организационных» [6, с. 71], а именно: организации внешних сил природы; организации человеческих сил и организации опыта.

Таблица 1

Эволюция активности (составлено согласно [4-5])

Уровни развития	Характеристика уровня/ступени
Уровень 1	Уровень физического действия в неживой природе, когда результат действия не оказывает никакого влияния на действие породившего его механизма.
Переход 1	Переход от активности как всеобщего свойства материи кактивности, присущей живым существам и проявляющейся во всех процессах жизнедеятельности. Одной из главных отличительных черт живого, отражающих его качественно новый уровень активности, является способность к осуществлению негэнтропийных процессов.
Уровень 2	Уровень физиологического действия, на котором результаты действия не только регулируют его исполнение, а в случае положительного результата еще и подкрепляют механизм, производящий эти действия
Переход 2	Приобретением нового качества: активность может инициативно исходить от самих живых организмов, может быть спонтанной, основанной на внутренних процессах. Связан с переходом от ответной активности к активности поисковой.
Уровень 3	Уровень действия субъекта или уровень собственно активного действия. Этот уровень характерен для животных, обладающих психикой.
Переход 3	На смену приспособлению животных к природе приходит активность человека, направленная на преобразование и изменение окружающего мира в соответствии с собственными целями.
Уровень 4	Уровень действия личности. Активность регулируется на основе осознания социального значения ситуации и средств, образцов и способов действия.

Заключение. Организационный процесс является универсальным явлением, имеющим место в системах (объектах) любой природы, и

представляет собой активность (совокупность организационных актов) по упорядочиванию строения или функционирования чего-либо. В случае же если объектом исследования являются социальные системы либо эргономические (эргатические) системы, то организационный процесс равнозначно может рассматриваться в частном его проявлении: в виде деятельности (совокупности действий) по упорядочиванию строения или функционирования чего-либо.

Список литературы

1. Краткий философский словарь / А.П. Алексеев, Г.Г. Васильев и др.; под ред. А.П. Алексеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 496 с.
2. Дубов И. Социально-психологические аспекты активности / И.Дубов. – СПб: Нестор-История, 2012. – 536 с.
3. Петровский В.А. Логика «Я»: персонологическая перспектива: монография / А.В. Петровский – М.: Изд-во СамГУ, 2009. – 304 с.
4. Унарова Л.Д. Поведение человека: социально-философской осмысление: монография / Л.Д. Унарова. – М.: Изд-во Академии естествознания, 2012. – 200 с.
5. Гальперин П.Я. Введение в психологию: учебное пособие / П.Я. Гальперин. – М.: КДУ, 2006. – 327 с.
6. Богданов А.А. Тектология. (Всеобщая организационная наука). В 2-х кн.: кн. 2 / Редкол. Л.И.Абалкин (отв. ред.) и др. / Отд-ние экономики АН СССР. Ин-т экономики АН СССР – М.: Экономика, 1989. – 351 с.

УДК 339.137.22

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ УГЛЕДОБЫВАЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ К СОВРЕМЕННЫМ УСЛОВИЯМ

Комарницкая Е.В.

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

lenusa2000@yandex.com

Введение. В современных условиях, в период рыночных отношений, при которых имеют место постоянно изменяющиеся и влияющие на деятельность предприятия факторы внешней среды, угледобывающему предприятию необходимо не только продолжать эффективно осуществлять свою деятельность, но и иметь возможность и потенциал для реализации планов и стратегий развития. Угледобывающие предприятия должны уметь приспосабливаться к изменениям, иметь возможность «адаптироваться» к ним с учетом различных принципов управленческой деятельности и маркетингового анализа.

Цель – рассмотрение особенности адаптации угледобывающего предприятия к современным условиям.

Основная часть. Адаптация угледобывающего предприятия представляет собой возможность приспособится всем внутренним резервам предприятия к изменениям во внешней среде.

Адаптация угледобывающего предприятия должна включать в себя:

- адаптацию предприятия к изменениям факторов внешней среды предприятия (исследование рынка сбыта);

- экономическую диагностику, которая позволяет выявлять такие экономические показатели работы предприятия, которые позволяют адаптировать деятельность предприятия к поставленным целям и задачам предприятия в соответствии с появившимися изменениями;

- внутренние исследования, которые заключают в себе способ получения информации угледобывающим предприятием как о внешних факторах, так и о внутренних резервах.

Следует отметить, что в условиях рыночной экономики ни одно предприятие не может длительное время занимать устойчивую позицию на рынке, основываясь только на конкурентоспособности своей продукции, а угледобывающие предприятия напрямую зависимы от факторов внешней среды. Таким образом, необходимо производить оценку конкурентоспособности производителя, а не только товара.

В современных условиях угледобывающими предприятиями адаптация по области применения может быть ориентирована на: государственное регулирование отраслью, т.е. политическая адаптация; модернизация предприятия в соответствии с современными направлениями развития машиностроения, т.е. технологическая; экологическая, направленная на минимизацию негативного влияния на окружающую среду; экономическая, которая включает в себя проведение мероприятий в соответствии с соотношением производственных сил и производственных возможностей. Из вышесказанного следует, что одним из важных направлений в управлении конкурентоспособностью угледобывающего предприятия состоит в разработке методов повышения его конкурентных преимуществ и адаптационных способностей.

К основным видам адаптации угледобывающего предприятия следует отнести:

- адаптация к изменению состояния рынка;

- адаптация к инновациям технико-организационного характера;

- адаптация к социальным и политическим условиям (рисунок 1).

Стратегические цели адаптации угледобывающего предприятия определяются по каждому ее виду.

Стратегические цели первого вида – адаптации к изменению конъюнктуры рынка – состоит в:

- сохранении, завоеванного и освоении новых сегментов рынка;

- диверсификации производства;

- освоении новых видов продукции;

- поддержании преимуществ своей продукции и продвижении ее на рынок.

Следует отметить, что рынок угля ДНР перенасыщен, и таким образом значимость данного этапа приобретает наибольшее значение.

К стратегическим целям второго вида – адаптации к нововведениям технического и организационного характера – относятся:

- реализация новых идей и современных технологий;
- освоение новых видов материалов; усовершенствование качества угледобывающей продукции за счет внедрения современного оборудования и технологий.

Основное оборудование угледобывающих предприятий Республики требует модернизации, что в дальнейшем приведет к увеличению производительности труда, сокращению операционных издержек, построению и взаимовыгодному сотрудничеству с предприятиями-поставщиками материально-ресурсного обеспечения и др.

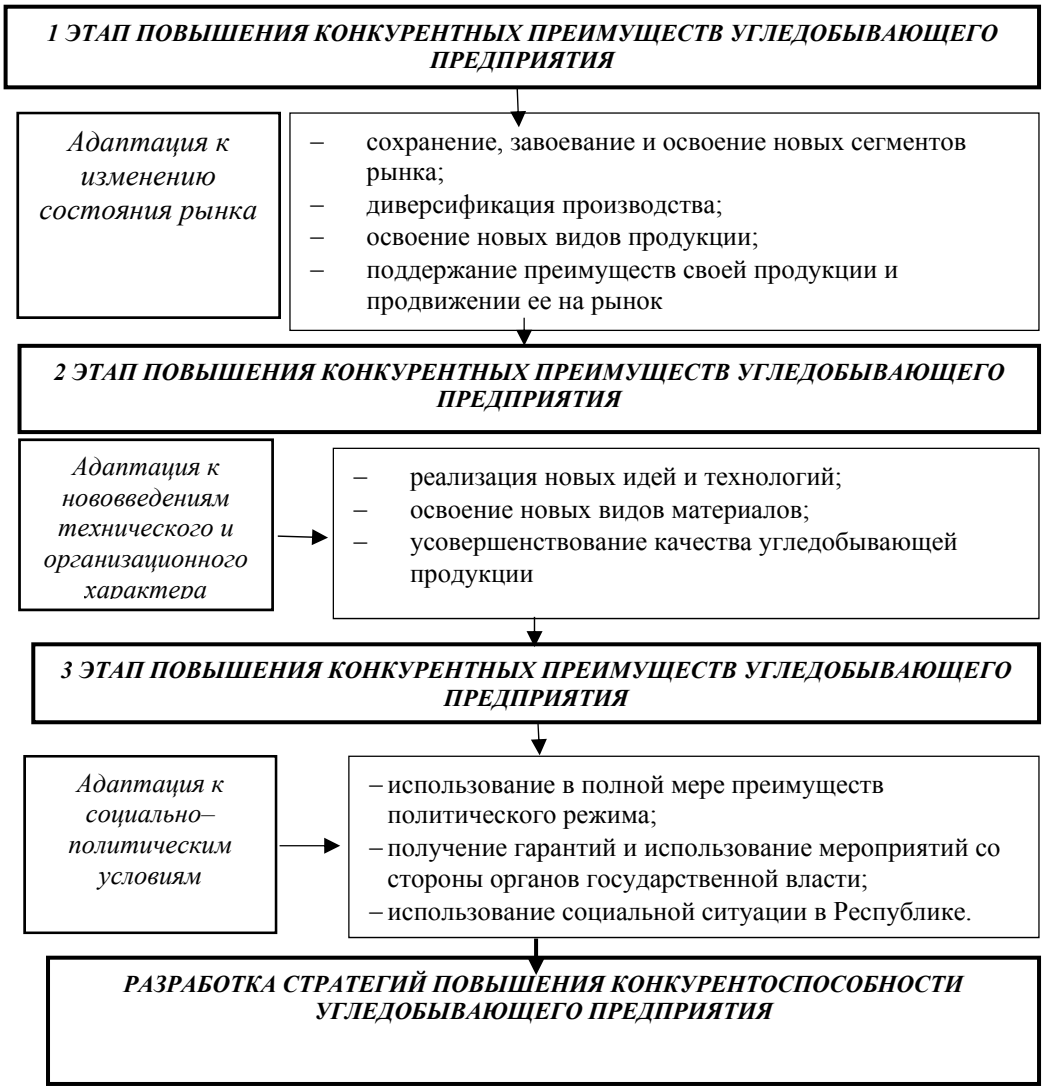


Рис. 1. Структура этапов повышения конкурентных преимуществ угледобывающего предприятия за счет адаптации к внешним условиям

К адаптации третьего вида – адаптация к социально–политическим условиям – можно отнести следующие стратегические цели:

- использование в полной мере преимуществ существующего политического режима;
- получение гарантий и использование мероприятий со стороны органов государственной власти;
- использование социальной ситуации в Республике.

Заключение. Выпуск конкурентоспособной угольной продукции в условиях рынка связан с необходимостью перестраивать организационную, кадровую и производственную структуру предприятия.

Список литературы

1. Пострелова А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия [Текст] / А.В. Пострелова, М.С.Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398-402.
2. Яксанов Д.С. Роль конкурентоспособности в развитии промышленных предприятий [Текст] / Д.С. Яксанов // Вестник Саратовского государственного социально–экономического университета. – 2013. – №. 4 (48). – С. 80–89.

УДК 330:004(045)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВЫХ ДИВИДЕНДОВ

Кравец Е.О., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
lenakraves@yandex.ru

Введение. На сегодняшний день человечество переживает величайшую технологическую и информационно-коммуникационную революцию в истории. Цифровые технологии стимулируют экономический рост, создают возможности и повышают эффективность оказания услуг. Однако совокупный эффект от их использования оказывается слабее ожидаемого и распределяется неравномерно. Технологические перемены и их распространение носят неординарный характер, что проявляется в непринятии изменений, обусловленных новыми технологиями, в виде опасений, что растущий объем информации может привести к расколу в обществе и к повышению безработицы. Для того чтобы от использования цифровых технологий в выигрыше оказались все и повсюду и цифровая экономика набирала темпы своего развития, необходимо преодолеть сохраняющийся «цифровой разрыв», особенно в области доступа к интернету с помощью цифровых дивидендов, что и обуславливает **актуальность** выбранной темы исследования.

Целью данной работы является выявление сущности и особенности цифровых дивидендов.

Вопросы цифровизации затрагивались в работах таких ученых как: В.И. Прасолова, Т.Н. Юдиной, В.П. Куприяновского, А.П. Добрынина, К.Ю. Черних, В.В. Иванова, Г.Г. Малинецкого и Е.Р. Безсмертной и др.

Однако недостаточное внимание уделено сущности цифровых дивидендов.

Основная часть. В настоящее время не прекращается обсуждение отрицательных и положительных моментов цифровизации общества. Более детально исследован этот вопрос в докладе о мировом развитии, подготовленном группой экспертов Всемирного банка. В Докладе упоминается термин «цифровые дивиденды» однако без трактовки его сущности.

Исходя из того, что классическая экономика является хозяйственной деятельностью общества, представляющая собой совокупность отношений, складывающихся из системы производства, распределения, обмена и потребления, то цифровая экономика – совокупность институтов, действие которых регулирует взаимоотношения субъектов экономики по поводу создания информационных технологий и использование их в жизнедеятельности человека для повышения уровня социально-экономического развития. При этом значительная часть производства, распределения, обмена, потребления переносится в виртуальную среду.

Таким образом, предлагается под «цифровыми дивидендами» понимать материальные выгоды от развития и использования цифровых технологий, основными из которых являются ускорение экономического роста, увеличение числа рабочих мест, повышение качества услуг и прозрачность государственного аппарата.

Предметные области мониторинга проявления цифровых дивидендов можно представить в виде «дома» цифровых дивидендов (рис. 1).

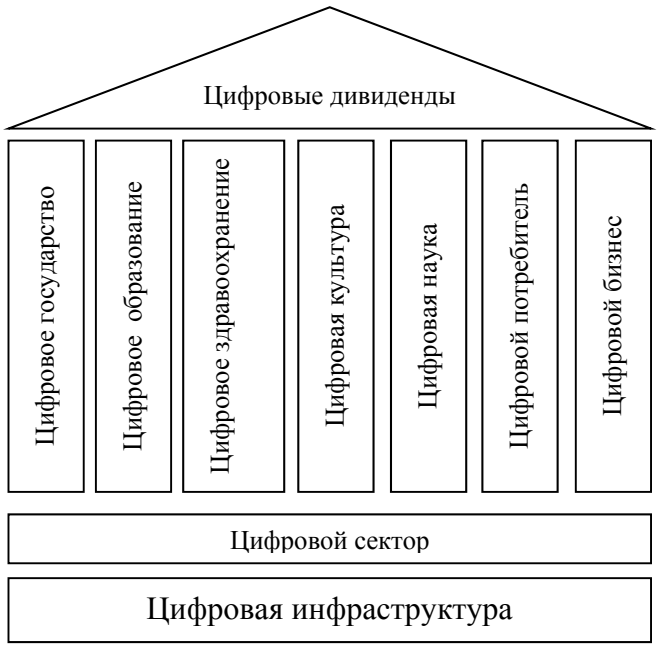


Рис. 1. «Дом» цифровых дивидендов

Рассмотрим проявление цифровых дивидендов в трех его проявлениях [2]:

1. Дивиденды от экономического роста. Путем объединения предприятий цифровая экономика повышает эффективность производства, продвигает конечное потребление, расширяет сферу торговли. К 2015 году розничный оборот в интернете составил 12,88 % общего объема розничных продаж общественных потребительских товаров, темп роста предшествующего увеличился на 33,3%, существенно превысил темп роста последующего на 10,7 %.

2. Дивиденды от занятости. Путем объединения населения цифровая экономика способствует предпринимательству и индивидуальному хозяйству, создает большое количество прямых и косвенных рабочих мест. В 2014 году путем открытия интернет-магазинов число занятости увеличилось до 10,037 млн. человек. Число работающих, которые занимаются передачей информации, компьютерными услугами и отраслью программного обеспечения в городах и поселках достигло 3,363 млн. человек.

3. Дивиденды от государственных услуг. Путем объединения правительства цифровая экономика вызывает быстрое распространение электронных дел правительства, предоставляет более качественные коммунальные услуги.

Для получения дивидендов от цифровых технологий требуется не только их дальнейшее распространение, но и работа с «аналоговыми» дополнениями, а именно: совершенствовать законодательство, приводить квалификацию работников в соответствие с требованиями новой экономики и обеспечивать подотчётность органов власти.

Для разработки стратегии получения цифровых дивидендов необходимо решать проблемы цифрового неравенства, для чего нужно устранять барьеры на пути к интернету, который был бы общедоступным, недорогим, открытым и безопасным для предприятия, граждан и государства. Потребуется также укреплять аналоговые «дополнения» к цифровым технологиям, чтобы обеспечить наилучшие условия для применения инноваций, достижения эффективности и учета интересов разных групп и одновременного смягчения противостоящих им рисков концентрации, неравенства и контроля.

Таким образом, в **заключении** стоит отметить, что цифровые дивиденды, которые проявляются в социально-экономическом эффекте использования ИКТ, получают только те страны, где создана благоприятная деловая среда, решены проблемы цифрового неравенства и информационной безопасности, обеспечен высокий уровень развития человеческого капитала.

Список литературы

1. Прасолов В.И. Цифровая экономика как ответ на вызовы XXI века / В.И. Прасолов// Экономика и общество: международный научно-практический журнал. – 2017. – № 2 (2). – С. 45–46.
2. Ху Аньган. Получение цифровых дивидендов путем цифровой экономики / Ху Аньган, Ван Вэй // Гуанмин Жибао. – 2017 [Электронный ресурс]. – URL: http://ru.theorychina.org/xsqy_2477/201701/t20170111_349537.shtml (дата обращения 12.09.2019)
3. Добрынин А.П. «Цифровая экономика – различные пути к эффективному применению технологий» // А.П. Добрынин, К.Ю. Черних, В.П. Куприяновский // International Journal of Open Information Technologies. – 2016. – №1 (4). – С. 4-10.
4. Доклад о мировом развитии 2016. Цифровые дивиденды. Обзор. Группа Всемирного банка, 2016. URL: http://documents.worldbank.org/curated/en/224721467988878739/pdf/102724-WDRWDR 2016 Overview-RUSSIAN-WebRes-Box-394840B-OUO-9.pdf (дата обращения: 15.01.2018).

УДК 330.111.66

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ РЕГИОНА

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
kuzhelechka@yandex.ru

Введение. В условиях высокой диспропорции экономического развития регионов возникает необходимость исследования особенностей развития региональных социально-экономических систем. Формирование методологических подходов к исследованию регионов невозможно без уточнения сущностного аспекта данного вопроса.

Этимология термина «регион» имеет латинское происхождение и обозначает «область», «территория», «страна», «край» и т. д. Понимание данного термина основывается на изобилии концепций и подходов, представленных учеными.

Исследованиями структуры региона, связи между элементами, которые способствуют его развитию занимались А.С. Зубарев, У. Изард, В.В. Казаков, Д.Е. Лаптев, А.А. Ремезков, А.И. Пригожин, Л.С. Шеховцева и др.

Цель исследования – анализ аспектов системного развития региона как системы, сформированной подсистемами, учитывающих специфику бихевиористского подхода.

Основные результаты. Исследование региона на основе системного подхода предполагает его рассмотрение как системы, под которой, по мнению И.В. Блаубера, следует понимать «понятие, которое служит для воспроизведения в знании целостного объекта с помощью специфических принципов, определенных понятийных и формальных средств; как

правило, это воспроизведение осуществляется с определенной практической направленностью» [1, с. 240].

Л.И.Лопатников на основе определений приведенных в «Экономико-математическом словаре» и в «Большая советская энциклопедия» условно разделил понятия «система» на три группы [2]:

1 – «система как комплекс процессов и явлений (а также связей между ними), существующий объективно, независимо от наблюдателя»;

2 – «система как инструмент, способ исследования процессов и явлений...»;

3 – «некий компромисс между двумя первыми. Поэтому система – искусственно создаваемый комплекс элементов (например, коллективов людей, технических средств, научных теорий и т. д.), предназначенный для решения сложной организационной, экономической, технической задачи… Система является реальным объектом и одновременно – абстрактным отображением связей действительности…»

Представленные определения, по нашему мнению, аналогичны и не имеют принципиальных отличий, поэтому доказательную базу «система – это регион» следует рассматривать в таких антиномиях целостности:

регион – подсистема более высокого порядка, например, государства;

любой регион – что-то целое, наполненное элементами, т. е. подсистемами;

элементы (или подсистемы) региона тесно между собой взаимодействуют и находятся в постоянной связи и подвержены внешнему влиянию и взаимодействию. Следовательно, речь идет о целостности.

Применительно к исследованию понятия система «регион», по мнению В. В. Казакова, это «целостная система со своими структурой, функциями, связями с внешней средой, историей, культурой, условиями жизни населения. Эта система характеризуется высокой размерностью, большим количеством взаимосвязанных подсистем различных типов с локальными целями, многоконтурностью управления, иерархичностью структуры, значительным запаздыванием координирующих воздействий при высокой динамичности элементов, неполной определенностью состояний элементов» [2, с. 112].

Если учитывать глобализационный аспект, то регионы находятся в постоянно возрастающей связи с зарубежными, которые и являются внешней средой или ее элементами. Поэтому британский кибернетик Ст. Бир в своей классификации систем утверждает, что регион – очень сложная система [3].

Систему региона в классике рассматривают с позиции экономической, социальной, политической, экологической, институциональной, управленческой и других подсистем, поэтому Н. Винер [3] на основе бихевиористского подхода выделяет активные и пассивные подсистемы (рис. 1).

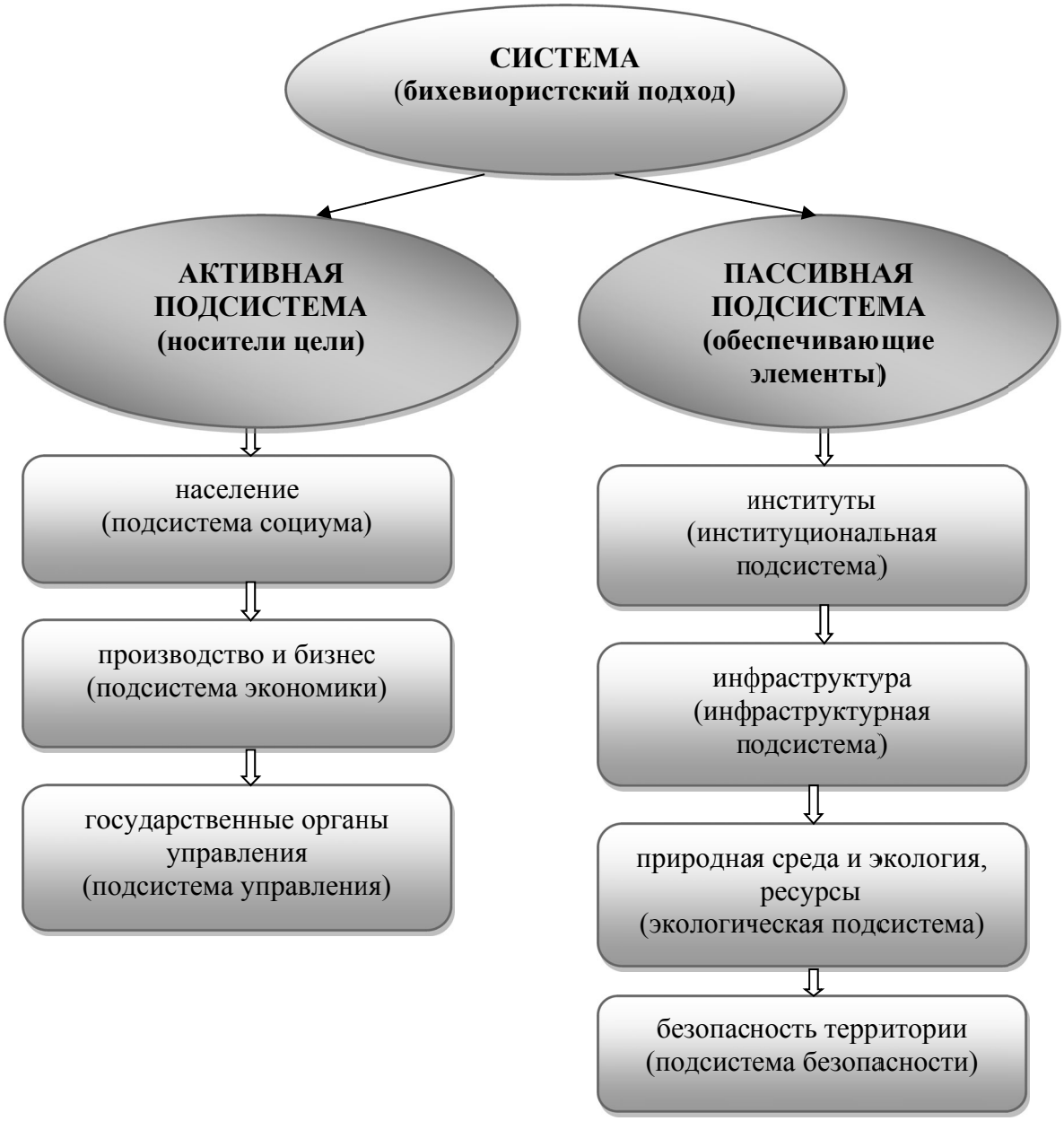


Рис. 1. Система региона согласно бихевиористского подхода
(составлено автором)

Таким образом, активные и пассивные подсистемы – внутренние элементы региона, которые находятся в постоянной тесной взаимосвязи. Степень и частота их взаимодействия будут формировать свойства региона (региональной системы). Что же касается внешней среды, то регион является микросредой по отношению к государству (макросреде). А макросреда на основе экономического сотрудничества является частью мировой системы (внешняя среда), причем ее построение аналогично структуре региона (микросреды).

Заключение. В исследовании представлена возможность рассмотрения региона на основе системного подхода на уровнях самого объекта и в составе систем более высокого уровня (внешней среды).

Список литературы

1. Блауберг И.В. Проблема целостности и системный подход [Текст] / И.В. Блауберг. – М.: Эдиториал УРСС, 1997. – 160 с.
2. Казаков В.В. Системный подход к исследованию инновационных процессов в региональных экономических системах [Текст] / В.В.Казаков // Вестник Томского государственного университета. 2013. – № 367. – С. 111-116.
3. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки [Электронный ресурс] / Под ред. Г.Б.Клейнера. – Большая Российская энциклопедия, 5-е изд., перераб. и доп.: Издательский Дом «ИНФРА-М», 2003. – 688 с. Режим доступа: http://bookre.org/reader?file=1213790. (Дата обращения: 13.09.2019).
4. Шеховцева Л.С. Системны подход к региону [Текст] / Л.С. Шеховцева // Вестник РГУ им. И. Канта. 2006. – Вып. 3. Сер. Экономические и юридические науки. – С. 50-58.

УДК 005.7:351:334.72

СПОСОБ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА НА ОСНОВЕ GR-МЕНЕДЖМЕНТА

Кужелева А.А., канд. экон. наук, доцент, ***Чернявская Т.Г.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
kuzhelechka@yandex.ru

Введение. Развитие процесса взаимодействия государства с предпринимательством приобретает особую значимость в условиях общественных трансформаций, происходящих на постсоветском пространстве и обусловливает формирование императива привлечения ресурсов бизнеса для реализации общественно значимых проектов и программ. В связи с этим возникло новое направление регулирования подобных взаимоотношений между бизнесом и властью – GR-менеджмент.

Целью данного исследования является анализ сущности GR-менеджмента как современной технологии установления связи между предприятием и государственными структурами.

Основная часть. Государство является важным субъектом финансовых отношений, т. к. кроме выполнения контрольной функции берет участие в создании и распределении созданной стоимости. Поэтому корпорации вынуждены иметь дело не только с конкурентом на рынке, но и с субъектом, который осуществляет контроль за их финансовой деятельностью. С целью воздействия на финансовое состояние корпораций государство использует целый ряд инструментов. В свою очередь, корпорация старается как можно эффективнее защитить свои собственные интересы во взаимоотношениях с государством, что требует построения соответствующей системы коммуникаций [1].

GR-менеджмент представляет собой процесс построения длительных отношений между различными общественными группами и прави-

тельством для достижения баланса интересов и влияния на решения органов власти и местного самоуправления путем применения определенных коммуникационных техник. С другой стороны, GR это системная работа по сбору и обработке информации о деятельности правительства, выработки и донесения позиции групп, представляемых и, непосредственно, лоббирование, т. е. целенаправленное воздействие на процессы принятия политических и административных решений [2].

Процесс установления и поддержания GR-связей бизнес-сообщества и органов государственной власти представляют следующие направления:

1. Прямой диалог между субъектами предпринимательства и представителями государственной администрации.

2. Формирование различных научных (научных и информационных) учреждений, а также консультативных услуг, объектом которых является изучение процессов управления и экономических отношений.

3. Деятельность средств массовой информации в форме обеспечения общественного диалога и примирения взаимных интересов бизнес-структур с органами государственной власти.

Среда GR оказывает значительное влияние на GR-партнерство, которое может быть организовано в следующих формах:

1. Интеграция ресурсов управления для комплексного рассмотрения и устранения социально-экономических проблем. Диалог ведется по неофициальным каналам через прямые встречи и переговоры.

2. Получение взаимовыгодных результатов, выраженных в экономии средств бюджета и дополнительной прибыли частных предпринимателей.

3. Совместное создание и предотвращение экономических рисков путем разработки и надлежащего выполнения решений органов государственной власти с учетом предложений и интересов представителей бизнес-сообщества [3].

Применение данного механизма в деятельности зарубежных организациях на протяжении последних десятилетий доказало свою эффективность. Например, использование отдельного элемента GR-взаимодействия как фандрайзинг позволяет саккумулировать материальные ресурсы для достижения социально значимых задач в рамках сотрудничества с властью.

Так особенностью современного развития GR-менеджмента на территории стран СНГ характеризуется рядом проблем, таких как:

- отсутствие институционального механизма регулирования GR-деятельности, несоответствие правового аспекта развитию информационных технологий;
- слабая (номинальная) вовлеченность общественных структур в надзор за деятельностью органов власти;
- недоверие граждан деятельности аппарата государственного управления;
- чрезмерное вмешательство государства во все сферы и др.

С целью преодоления сложившихся сложностей эффективного развития GR-деятельности на пространстве СНГ, необходимо решить ряд задач:

1. Разработка и утверждение институциональных основ взаимодействия государства и бизнеса.
2. Создание благоприятной конкурентоспособной среды для отечественных предприятий, снижение административных барьеров функционирования на рынке, в т. ч. устранение бюрократических процедур.
3. Имплементация зарубежного опыта использования элементов GR-менеджмента в практике отечественных предприятий.
4. Стимулирование создание института оценки эффективности GR-деятельности, посредством привлечения общественности к данному процессу.
5. Цифровизация государственного управления, в т. ч. создание GR-форумов.
6. Популяризация профессии GR-специалиста, путем внедрения соответствующих образовательных программ в высших учебных заведениях, а также создания курсов повышения квалификации.

Исходя из вышесказанного, отметим, что несмотря на повышение понимания мировым сообществом важности использования GR-деятельности в беспрепятственном установлении связей между бизнес- и государственными структурами.

Заключение. Таким образом, GR-менеджмент является одним из эффективных инструментов управления взаимодействием бизнес-сообщества с органами государственной власти с целью выражения интересов субъектов хозяйствования в системе государственного управления экономическими отношениями. Анализ показал, что эффективная организация GR-менеджмента способствует устранению административных барьеров на пути развития бизнеса, повышению эффективности субъекта предпринимательской деятельности.

Перспективы дальнейших исследований состоят в анализе успешного мирового опыта развития GR-деятельности и возможности его применения в отечественной практике.

Список литературы

1. Мащенко И.С. GR-менеджмент как технология взаимодействия с органами власти: возможности и ограничения / И.С.Мащенко, Н.В.Чернышева // Электронный вестник Ростовского социально-экономического института, 2015. – № 3-4. – С. 826-834.
2. Шетов А.А. Теоретические основы GR-менеджмента как фактора повышения эффективности взаимодействия государства и общества / А.А.Шетов // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС, 2014. – № 4. – С. 140-147.
3. Diegtiar, O.A. Instruments for increasing performance and efficiency of business structures and public authorities interaction at the process of social and economic development / O.A.Diegtiar, S.I.Plotnytska// Public Management, 2018. – № 5 (5). – P. 75-86.

УДК 338.24:332.1

К ВОПРОСУ О КОНТРОЛЕ КАЧЕСТВА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Лапшина Е.А.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
e.lapshina@donnu.ru

Введение. Контроль одна из основных функций менеджмента. При отсутствии надежной системы контроля в настоящее время не может успешно функционировать ни одна фирма. Контроль обеспечивает обратную связь, которая необходима для корректировки принимаемых решений. Управленческие решения – один из наиболее важных процессов, от эффективности которого в значительной степени зависит успех дела. Существенным предметом контроля реализации управленческих решений выступает выявление степени достижения поставленных целей, обеспечивающих непрерывность хозяйственной деятельности фирмы.

Исходя из вышеизложенного, следует, что правильная оценка возможных потерь и вознаграждений, при продуктивно разработанной программе действий по предотвращению возможных отрицательных последствий, можно принять эффективное управленческое решение.

Все вышесказанное подтверждает актуальность исследований системы контроля управленческих решений с целью повышения эффективности деятельности фирмы.

Проблемами контроля реализации принятия управленческих решений занимались Р.М. Аминова, С.Л. Блюмин, И.А. Шуйкова, Л.Д. Воронцов, Д.А. Каражакова, А.В. Косаревская, А.И. Ладошкин, И.А. Майорова, Е.А. Харитонова и другие учёные (см. [1–6] и их библиографию).

Цель исследования – совершенствование прикладных методик оценки качества управленческих решений на региональных предприятиях различных сфер деятельности.

Основные результаты. Процедура контроля принятия управленческих решений состоит из трех этапов:

- выработка стандартов и критериев, актуальных для контролируемого объекта в данный период времени;
- сопоставление полученных в результате деятельности предприятия показателей с разработанными критериями за текущий период времени;
- принятие управленческих решений, направленных на минимизацию отклонений между критериями и реальными показателями деятельности предприятия.

На каждом этапе реализуется комплекс различных мер, обобщая которые можно сформировать схему механизма принятия управленческих решений, представленную на рис. 1.



Рис. 1. Схема механизма процесса контроля принятия управленческих решений

Под качеством управленческих решений понимается совокупность свойств, обеспечивающих успешное их выполнение и получение определенного эффекта. Критерием качества решений выступает их практическое внедрение.

В связи с этим в практике деятельности предприятий применяется показатель, косвенно оценивающий качество принятых управленческих решений через количество выполненных решений, и рассчитывается он по формуле:

$$K = \frac{C' - C''}{C} \times 100, \quad (1)$$

где K – коэффициент качества управленческих решений; C – количество принятых управленческих решений; C' – количество выполненных управленческих решений; C'' – количество выполненных некачественных решений.

Выраженный в процентах, данный показатель характеризует, по существу, качество управления, хотя и не абсолютно, а с определенной долей неточности.

Заключение. Таким образом, предлагаемый механизм принятия управленческих решений предполагает принятие и выполнение

управленческих решений на основе оценки затрат на выполнение таких решений в сравнении с потерями предприятия при бездействии, в результате чего менеджер принимает решение о целесообразности применения того или иного управленческого решения.

Внедрение данного механизма позволяет снизить затраты предприятия на реализацию и контроль выполнения управленческих решений и повысить общую эффективность функционирования как системы управления предприятием в частности, так и предприятия в целом.

Список литературы

1. Аминова Р.М. Эволюция контроля в системе менеджмента / Р.М.Аминова // Экономика и предпринимательство. – М. – 2017. – № 2-2 (79-2). – С. 1214-1217.
2. Воронцов Л.Д. Организационный механизм принятия управленческих решений / Л.Д.Воронцов. – М.: Лаборатория Книги, 2010. – 65 с.
3. Блюмин С.Л. Модели и методы принятия решений вусловиях неопределенности / С.Л.Блюмин, И.А.Шуйкова. – Липецк: ЛЭГИ, 2001. – 138 с.
4. Каражакова, Д.А. Основные требования к управленческой информации для принятия качественных решений / Д.А. Каражакова // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. – 2014. – №7. – С.58-59
5. Косаревская, А.В. Квалиметрическая оценка управленческих решений всистеме менеджмента качества: автореферат дис. ... кандидата технических наук / А.В.Косаревская // Тула, 2010. – 18 с.
6. Ладошкин, И.А. Разработка и оптимизация управленческих решений: учебное пособие / А.И.Ладошкин, И.А.Майорова, Е.А.Харитонова. Самара: Самарский гос. технический ун-т, 2011. – 116 с.

УДК330:79(043.2)

ДЕФИНИЦИЯ ПОНЯТИЯ «АРТ-РЫНОК»

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

Введение. В современных условиях саморазвития общества продолжает развиваться сфера искусства, которая играет большое социальное и экономическое значение для процветания отдельных стран и мира в целом [5]. Наличие тесной связи культурного, общественного, эстетического и экономического развития страны обусловлено потребностью в совершенствовании, прежде всего культурного уровня населения.

Цель исследования заключается в раскрытии понятия «арт-рынок».

Основная часть. Искусство представляет собой определенную профессиональную сферу деятельности по производству художественных продуктов и услуг, а также часть культуры, которая связана с предпринимательством, бизнесом и, следовательно, с управлением.

Одним из главных условий проявления бизнеса в искусстве – наличие элементов коммерциализации в этой сфере, продажа произведений искусства, предоставление культурных услуг населению, способствует увеличению доли доходов современного арт-рынка.

Арт-бизнес – это длительное продвижение творческих работ с целью удовлетворения потребностей населения в услугах арт-бизнеса. На сегодняшний день арт-бизнес представляет собой оборот художественных ценностей на мировом и национальном уровне. Особенностью арт-бизнеса является его незаменимые субъекты: художники и коллекционеры.

Сферой осуществления данной деятельности является арт-рынок. Арт-бизнес и арт-рынок – необходимые элементы развития современного искусства, культуры и общества в целом.

Российский ученый Т.В.Бадинова определяет арт-рынок, как сложное и многогранное социокультурное явление, существенно и разносторонне влияющее на художественную жизнь современного общества.

Исследователь Е.А.Долганова считает, что «арт-рынок» – универсальное явление художественной жизни общества, представляющее собой сложную, динамическую, организованную, полифоническую, полифункциональную, открытую систему, центральной фигурой которого является художник как творец произведения искусства (табл.). [4].

По мнению многих специалистов, арт-рынок можно назвать выражением социально-культурных процессов, происходящих в обществе. Этот рынок представляет собой систему культурных и экономических отношений, определяющих:

- сферу предложения и спроса на произведения искусства;
- денежную стоимость произведений искусства;
- специфические виды услуг, связанные с обслуживанием этого рынка.

На основе изучения вышеперечисленных определений, под арт-рынком понимается социокультурный процесс, который способствует регулированию взаимоотношений между творцами искусства и их ценителями, тем самым являясь индикатором уровня культурного развития общества.

Важная особенность рынка искусства заключается в том, что он представляет собой не только производство, выражающееся в создании художественных ценностей и их сбыте, но и экономический механизм отбора, обращенный к регулярной переоценке системы художественных ценностей. Арт-рынок представляет собой относительно новый сектор российской экономики. Его основные составляющие: галереи, аукционы, специализированные печатные издания. Поскольку арт-рынок – это, прежде всего, экономическая категория, его главным действующим лицом является предприниматель. Предприниматель выступает катализатором развития арт-рынка, использует новые коммерческие возможности для продвижения искусства как внутри страны, так и за рубежом.

Таблица

Определение понятия «арт-рынок»

№ п/п	Автор	Смысловая направленность определения «Арт-рынок»
1.	Т.В. Бадинова	Сложное и многогранное социокультурное явление, существенно и разносторонне влияющее на художественную жизнь современного общества [1].
2.	А.А. Ветрова	Это общие художественные тенденции и предпочтения, распространенные в определенном временном отрезке, система, направленная на формирование вкусов и предпочтений, то есть культурный феномен, отражающий актуальные состояния общества, в которых задействованы, художник, экспертное сообщество, знающая публика и простые почитатели искусства [2].
3.	И.А. Гольман	Это совокупность взаимодействующих друг с другом субъектов и институтов, которые создают, вводят в обращение и потребляют искусство [3].
4.	Е.А. Долганова	Универсальное явление художественной жизни общества, представляющее собой сложную, динамическую, организованную, полифоническую, полифункциональную, открытую систему, центральной фигурой которого является художник как творец произведения искусства [4].
5.	А.А. Лысакова	Механизм актуализации искусства, который встраивает само искусство в современный социокультурный процесс, связывающий создателей произведений искусства – художников, зрителей, потребителей результатов их интеллектуальной и творческой деятельности [6].
6.	А.Н. Сухарев	Представляет собой рынок произведений искусства, на котором происходят акты их купли-продажи и формируется цена на них. По своему характеру арт-рынок — это рынок смешанного товара, которым являются произведения искусства (потребительские и инвестиционные товары одновременно) [7].

Арт-рынок является не только коммерческим, но и общественным феноменом, функция которого – быть «посредником» во взаимоотношениях между субъектами производства и потребления творческой продукции.

Заключение. Исходя из проведенного анализа по определению понятия «арт-рынок», можно отметить, что это социокультурный процесс, который способствует регулированию взаимоотношений между творцами искусства и их ценителями, тем самым являясь индикатором уровня культурного развития общества.

Главная задача «арт-рынка» заключается в продаже уникальных произведений искусства, продвижении творческих личностей, а также в оказании влияния на тенденции в искусстве и культуре.

Список литературы

1. Бадинова Т.В. Этапы становления художественного рынка в культуре России / Т.В.Бадинова. – Санкт-Петербург, 2004. – 317 с.
2. Ветрова А.А. Структурный анализ субъектов и объектов арт-рынка в контексте современных реалий / А.А.Ветрова // Креативная экономика. – 2013. – Т 7, № 2. – С.83-88.
3. Гольман И.А. Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога / И.А. Гольман// Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 4. – С. 195–201.
4. Долганова Е.А. Культурологический анализ форм продвижения художника на арт-рынок: диссертация кандидата культурологии: 24.00.01 / Долганова Екатерина Александровна; [Место защиты: Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова]. – Москва, 2011. – 199 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-24/126.
5. Жиделева К.А. Арт-рынок как социокультурное явление / К.А.Жиделева, Н.Б.Кириллова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сборник статей по матер. XVIII международной научно-практической конференции Часть I. – Новосибирск: СибАК, 2012.
6. Лысакова А.А. Арт-рынок классический и арт-рынок современный / А.А.Лысакова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2, Гуманитарные науки. – 2012. – № 1 (99). – С. 25-29.
7. Сухарев А.Н. Арт-рынок: динамика и современное состояние / А.Н.Сухарев // Финансы и кредит. – 2013. – № 45. – С. 19-24.

УДК 330.34

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Половян А.В., д-р экон. наук, доцент, ***Синицына К.И.***
ГУ «Институт экономических исследований», г. Донецк, ДНР
sinitsinaK@mail.ru

Введение. Необходимость активизации инвестиционного процесса постоянно ангажируется в программных документах и законодательных актах, но существенных результатов в этой сфере пока не наблюдается. Рыночные условия хозяйствования в совокупности с необходимостью преодоления последствий торгово-экономической блокады Донецкой Народной Республики (ДНР) требуют активизации усилий по наращиванию привлекательности бизнес-среды, что в первую очередь относится к реальному сектору экономики.

Изучению проблем, связанных с формированием деловой среды посвящены труды таких ученых как В.Н. Тишков [1], Г.Р. Сюняев, Л.И. Полищук [2], D.P. Baron [3], T. Frye [4] и др. Вместе с тем, однозначного ответа на вопрос, что формирует благоприятную деловую среду, нет, что подтверждается наличием разнообразных индексов по оценке деловой активности и бизнес-среды. Однако, стоит выделить одно базовое условие без которого не только деловая среда была бы не

возможна, но и бизнес в целом – обеспечение исполнения контрактов, в рамках которого предполагается рассмотрение мелких претензий.

Целью исследования является предложение рекомендаций по формированию благоприятных условий ведения бизнеса в ДНР в направлении обеспечения исполнения контрактов.

Основные результаты. Обеспечение исполнения контрактов и регулирование этого процесса со стороны государства является важным для любого инвестора. В ходе своей деятельности на территории государства предприниматель хочет быть уверен, что форс-мажорных ситуаций не будет, а если они возникнут, то благодаря прозрачной и эффективной системе проблема будет решена в кротчайшие сроки. Данный показатель также учитывается Всемирным банком при расчете рейтинга Doing Business [5].

На основе анонимного анкетного опроса предпринимателей, осуществляющих свою деятельность в ДНР в сфере оптовой и розничной торговли полимерной плиткой, издания журналов, тяжелого машиностроения, производства кондитерских изделий, бытовой химии и специалистов соответствующих направлений, и согласно методологии Всемирного банка, были выявлены проблемы в направлении обеспечения исполнения контрактов. В связи с этим ниже представлены рекомендации по нивелированию данных проблем.

Необходимо создать суд или отдел по рассмотрению мелких претензий или внедрить ускоренную процедуру по рассмотрению мелких претензий, что позволит снять нагрузку с Арбитражного суда ДНР, который занимается сейчас данным направлением, и оптимизировать работу судопроизводства. Также инвесторам или представителям предпринимательства будет легче обращаться по данному вопросу в специализированный отдел.

Создание суда или отдела по рассмотрению мелких претензий или внедрение ускоренной процедуры по рассмотрению мелких претензий позволит сократить длительность всего процесса разбирательства. Так на данный момент только проведение всех судебных процедур, включая обмен аргументами и доказательствами по делу, проведения всевозможных слушаний, время ожидания между слушаниями и получение экспертного заключения в Арбитражном суде занимает около 6 месяцев. При этом прохождение всех процедур досудебного разбирательства занимает в среднем около 30 дней; прохождение процедур судебного разбирательства и вынесения решения – от 56 до 180 дней; исполнение судебного решения – 84-90 дней. Для рассмотрения мелких претензий данные временные рамки слишком велики.

Также сократить затраты времени могло бы поспособствовать развитие электронной системы управления делами суда. Согласно результатам опроса, на данный момент, электронная система суда позволяет только получить доступ к законам, нормативным актам и

судебной практике. С помощью системы нельзя автоматически сформировать график слушаний по всем делам, находящимся на рассмотрении судьи; осуществить отправку уведомлений юристам; осуществить отслеживание состояния дела в повестке суда; просматривать и управлять делами документов (записок, ходатайств, и т.д.); отсутствует полуавтоматическая генерация судебных приказов просмотр судебных приказов и решений по конкретному делу. А в эпоху развития цифровых технологий целесообразным было бы внедрение специальной платформы, через которую возможно подать документы в компетентный суд и / или произвести оплату судебных издержек в электронном виде, а также которая предоставляет возможность вручения искового заявления ответчику в электронном виде, через специальную систему или по электронной почте для дел, зарегистрированных в компетентном суде.

Предлагаемую платформу можно объединить вместе с официальным сайтом суда и предоставлять до сведения широкой общественности:

- судебные решения, вынесенные на всех уровнях по коммерческим делам;
- отчеты о деятельности суда, которые показывают работу суда и ход дела через суд в общем доступе;
- отчеты о продолжительности рассмотрении дел (оценивает время, которое необходимо суду для принятия решения/рассмотрения дела);
- отчеты о соотношении количества судебных дел, по которым вынесено решение, к числу зарегистрированных дел;
- отчеты о длительности рассмотрения находящихся в производстве дел (предоставляет выборку всех незавершенных дел по типу дела, срока нахождения в судопроизводстве, последнему совершенному и следующему запланированному действию);
- отчеты о движении конкретного дела (предоставляет выборку в отношении одного дела).

Информационная открытость суда или отдела по рассмотрению мелких претензий позволит сформировать у инвесторов чувство доверия к судебной системе ДНР.

Заключение. Таким образом, предложенные рекомендации в направлении обеспечение исполнения контрактов должны повысить эффективность судебной системы в ДНР и сделать более ясными для инвестора правила разрешения коммерческого спора, в случае его возникновения.

Список литературы

1. Тишков В.Н. Экономические реформы и деловая среда: опыт Китая [Электронный ресурс] / В.Н.Тишков. – ВШМ СПбГУ, 2010. – Режим доступа: https://gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/2010/wp_tishkov.pdf. (Дата обращения: 16.08.2019).
2. Сюняев Г.Р. Инвестиционный климат и сменяемость власти в российских регионах [Текст] / Г.Р.Сюняев, Л.И.Полищук // Вопросы экономики. – 2014. – № 2. – С. 88-117.

3. Baron D.P. Business and Its Environment [Текст] / D.P. Baron. – Pearson Prentice Hall, 2010. – P. 812.
4. Frye T. Original Sin, Good Works, and Property Rights in Russia [Текст] / T. Frye // World Politics. – 2006. – Vol. 58, № 4. – P. 479-504.
5. Doing Business: оценка бизнес регулирования [Электронный ресурс] // Официальный сайт Всемирного банка. – Режим доступа: https://russian.doingbusiness.org/ru/methodology. (Дата обращения: 16.08.2019).

УДК 330.131.7

ИНТЕГРАЦИЯ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Половян А.В., д-р экон. наук, доцент, ***Моцак Т.А., Уткина Л.А***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
utkina@doncsm.ru

Введение. Переход на стандарт ИСО 9001 версии 2015 года упростил интегрирование систем менеджмента на основе международных стандартов, акцентируя внимание на оценку рисков.

Риск-менеджмента является составляющей системы менеджмента качества, который способствует ее непрерывному улучшению.

Планирование, оценивание и устранение рисков способствует улучшению системы менеджмента качества и результатов деятельности предприятия и организации в целом.

При создании системы риск-менеджмента необходимо разработать методику по управлению рисками, поскольку именно управление рисками способствует защите деятельности предприятия от негативного воздействия опасностей.

Целью является разработка подхода к управлению рисками в системе менеджмента качества, а также разработка мероприятий по их минимизации или устранению.

Основная часть. При оценивании рисков проводится выявление критических точек, идентификация источников риска, определяются уровни риска (ранжирование), разрабатываются, документируются и выполняются мероприятия по устранению или минимизации риска, проводится повторная оценка рисков с последующим мониторингом.

Управлять рисками, значит планировать, разрабатывать мероприятия, выполнять и оценивать управленческие решения, призванные максимально снизить возможность наступления негативного результата и свести к минимуму возможные потери, связанные с их реализацией.

Оценка рисков на примере проведения испытаний по определению влажности зерна.

С целью удовлетворения требований потребителей и других заинтересованных сторон руководство организации определяет процессы, необходимые для жизненного цикла продукции (услуг).

Так, например, влажность является одним из важнейших показателей качества зерна, от которого зависят сроки хранения и переработки зерна и который учитывается при количественно-качественном учете зерна и взаиморасчетах продавца с покупателем. В процессе определения влажности зерна в лаборатории проводится отбор навески, взвешивание, подсушивание пробы зерна в сушильном шкафу, взвешивание высушенного зерна, расчет результатов и регистрация в журнале окончательных результатов. При этом критической точкой, требующей более детального рассмотрения, является подсушивание пробы в сушильном шкафу.

Применение статистических методов при анализе рисков. Анализ процесса высушивания навесок проб зерна требует детальное рассмотрение всех факторов, влияющих на качество. Для этого строится причинно-следственная диаграмма Исикавы.

Применение диаграмм Исикавы позволяет провести достаточно глубокий анализ состояния риска, выявить все возможные факторы несоответствий, провести их ранжирование и построить диаграммы Парето, разработать план предупреждающих мероприятий.

На основе проведенного анализа разрабатываются конкретные мероприятия, которые ранжируются на оперативные и мероприятия, требующие финансовые затраты.

Определение вероятности возникновения, серьезности последствий, степени и уровня воздействий. Одним из методов оценки рисков является оценивание каждого риска по нескольким количественными параметрам. К таким параметрам относится вероятность возникновения риска и серьезность его последствий.

После оценивания каждого из выявленных рисков по отдельным параметрам определяется общая оценка риска – индекс риска, как произведение баллов по отдельным параметрам.

Индекс риска дает возможность судить о степени воздействия и уровне риска. Степень воздействия показывает серьезность негативных последствий и показывает развитие событий в процессе реализации проекта.

Уровень риска характеризует степень его приемлемости для предприятия и показывает, нуждается ли данный риск в нейтрализации или нет. Если выявлены недопустимые риски, то они обрабатываются в первую очередь.

Построение карты рисков. Процесс построения карты рисков состоит из следующих этапов.

Карту рисков можно построить для всего предприятия или какого-либо подразделения, для направления деятельности или отдельного

процесса. Анализ рисков позволяет выявить все угрозы непрерывности процессов, тем самым улучшая систему менеджмента качества предприятия.

Выявленные риски ранжируются, составляется их письменное описание, которое заносят в специальную таблицу.

Далее риски размещаются на карте рисков на основании рангов их воздействия и ранга вероятности. На карте определяют те риски, которые требуют постоянного мониторинга.

Планируемые мероприятия должны быть оценены в части их достаточности для устранения или минимизации риска до приемлемого уровня (остаточный риск) и эффективности. Такие мероприятия должны исключать появление новых, не существовавших ранее рисков неприемлемого уровня.

Результаты оценки рисков в каждой критической точке систематически анализируются и представляются в виде отчета менеджеру по качеству и руководителю отдела. В случае необходимости даются предложения высшему руководству, требующие материальные, человеческие и финансовые ресурсы.

Заключение. Для успешного управления предприятием необходимо идентифицировать риски и воздействовать на них.

При проведении анализа и оценки рисков необходимо оценить вероятность его возникновения и степень последствия, классифицировать риски по степени и уровню воздействия, систематически проводить мониторинг. Только комплексное применение различных методов снижения рисков является наиболее эффективным.

Список литературы

1. ГОСТ РИСО 9001–2015 Системы менеджмента качества. Требования [Текст]. – Введ. 2015–07–01. – М. Стандартинформ, 2018. – 24 с.
2. ГОСТ Р 54934-2012/OHSAS 18001:2007 Системы менеджмента безопасности труда и охраны здоровья. Требования [Текст]. – Введ. 2013–01–01. – М.: Стандартинформ, 2012. – 27 с.
3. ГОСТ Р ИСО 14001–2016 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению [Текст]. – Введ. 2016–04–29. – М.: Стандартинформ, 2016. – 32 с.
4. ГОСР Р ИСО 31000–2010 Менеджмент риска. Принципы и руководство [Текст]. – Введ. 2011–09–01.–М.: Стандартинформ, 2012. – 21 с.
5. «Семь инструментов качества» в японской экономике. – М.: Изд-во стандартов, 1990. – 88 с. (Качество, экономика, общество. Современные проблемы).
6. ГОСТ 13586.5–2015 Зерно. Метод определения влажности [Текст]. – Введ. 2016–07–01.–М.: Стандартинформ, 2016. – 11с.

УДК 378.5

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Половян А.В., д-р экон. наук, доцент, ***Ялунер А.Ф.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
alina.yaluner@yandex.ru

Введение. В современных реалиях информационно-коммуникационные технологии, являясь неотъемлемой частью человеческой деятельности, стали основным индикатором для обеспечения экологического равновесия и устойчивого развития в большинстве стран мира. Благодаря внедрению «умных» технологий у человечества появилась возможность осуществлять систематический контроль за загрязнением окружающей природной среды, переработкой отходов, сохранением климата и природных ресурсов Земли, что является основным критерием для реализации основных принципов экологизации и устойчивого развития. В связи с этим применение информационно-коммуникационных технологий является основным инструментом в решении существующих экологических проблем, что и обуславливает актуальность данной темы.

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

Цель исследования – рассмотрение особенностей применения информационно-коммуникационных технологий как основного инструментария в решении экологических проблем.

Основные результаты. Экологическая составляющая нашей планеты находится в тесной взаимосвязи между развитием общества, науки, техники, технологий и деятельностью предприятий. Рассматривая динамику развития последнего десятилетия можно проследить, как систематическая деятельность промышленных предприятий влияет на изменение климата, разрушение озонового слоя, нерациональное использование ограниченных природных ресурсов. Развитие промышленного производства оказывает пагубное воздействие на экосистему нашей планеты.

Изменения экосистемы подобного масштаба побуждают общество к поиску новых методов и инструментов, способных своевременно распознавать экологические риски и минимизировать их последствия. Основным инструментом, способным обеспечить соблюдение экологического равновесия, является применение информационно-коммуникационных технологий. Развитие информационных технологий происходит не само по себе, а как инфраструктура для принципиально новой цифровой

экономики, которая будет способствовать развитию экономических и социальных задач, а также формированию экосреды.

Информационно-коммуникационные технологии на основе применения smart-технологий и интернет вещей объединяются в глобальную сеть «умные» устройства, которые создают условия для регулярного мониторинга и анализа состояния экосистемы, а также способствуют решению конкретных задач по устранению антропотехногенного воздействия на нее человека.

Применение smart-технологий и интернет вещей способствует сокращению негативного воздействия на окружающую природную среду, сохранению ограниченных ресурсов недр Земли, а также реализации основных принципов концепции устойчивого развития.

В мировом опыте существуют апробированные решения, которые на основе использования «умных» технологий способствуют реализации принципов устойчивого развития:

1. В энергетике: создание интеллектуальных энергетических систем, оснащенных активной адаптивной сетью;

2. В транспортной системе:

- внедрение электрокаров, которые оснащены специальной инфраструктурой;
- создание автоматизированных систем управления транспортными потоками;
- внедрение интегрированных систем управления пересадками, транзитами, информированием пассажиров.

3. В водоснабжении и водоотведении:

- управление водоснабжением региона на основе онлайн гидравлических моделей;
- внедрение автоматических датчиков, способных обнаруживать утечки;
- создание систем, способных интегрировать распределение, контроль и управление ливневыми потоками, предупреждая наводнения.

4. В окружающей среде: внедрение адаптирующих датчиков, способных спрогнозировать изменение климата, анализировать экологическое состояние городов;

5. В жилищно-коммунальном хозяйстве: создание зеленых зданий и системы энергомониторинга [2].

Использование вышеперечисленных технологий будет способствовать экономии ограниченных ресурсов биосферы и сохранению экосистемы нашей планеты. Обеспечение соблюдения принципов устойчивого развития на основе применения «умных» технологий и интернет вещей зависит от степени вовлечения всех заинтересованных сторон в процесс экологизации, к числу которых можно отнести: правительство, инвесторов, предприятия, поставщиков, профессиональные ассоциации и общественные организаций.

Согласно данным экспертных оценок в 2018 году наиболее активно используют информационно-коммуникационные технологии для поддержания экологического равновесия планеты, следующие страны: Исландия, Швейцария, Швеция, Норвегия, Австрия [1]. Не случайно эти высокоразвитые в индустриальном плане страны попали в список самых зеленых государств мира (рис. 1).

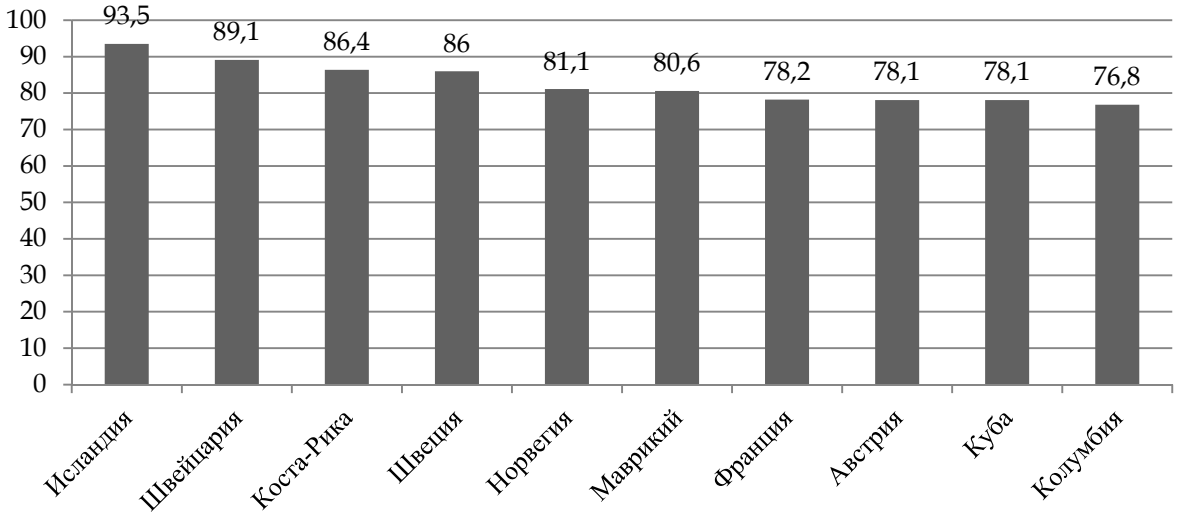


Рис. 1. Рейтинг наиболее «зеленых» государств мира в 2018 году [1]

Заключение. На основе выше сказанного можно сделать вывод, что на сегодняшний день информационно-коммуникационные технологии служат не только интересам потребителей и предприятий, но и являются мощным инструментом, способным защитить общество от негативных последствий техногенного типа, господствующего в XX веке. Использование информационных технологий, к числу которых можно отнести «умные» технологии и интернет вещи, открывает перспективы для сокращения совокупных объемов выбросов парниковых газов, уменьшения расходования воды, сохранения природных ресурсов и снижения уровня антропотехногенной нагрузки на окружающую среду.

Список литературы

1. Производство экологических товаров: потребление в пользу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://mentamore.com/eko-frendli/proizvodstvo-ekologicheskix-tovarov.html.
2. Экотехнологии, которые могут сделать мир чище. 9 современных направлений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nature-time.ru/2014/04/ekotehnologii-kotoryie-mogut-sdelat-mir-chishhe/.

УДК33.012.7

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ПРОЕКТА

Сергеева Н.В., канд. экон. наук
ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
inbox_sergeeva@mail.ru

Введение. Предварительным этапом любого проекта разработки нового продукта является этап концептуального проектирования. При изучении основных источников литературы, частных успешных практик по управлению проектами, программами или портфелями проектов и программ часто упоминаются проблемы, связанные с формированием концепции проекта.

Особенно остроданная проблема стоит при отсутствии в организации структуры и формализованных процедур управления проектами и портфелями или программами проектов. Это значит, что осуществляемые персоналом и руководством в ходе реализации проекта операции не формализованы, а значит, индивидуальны и уникальны.

Вопросы проектного управления и инициации проектов, в рамках которого происходит формировании концепции проекта рассматриваются в трудах таких отечественных исследователей как Агафонов А.В., Аньшин В.М., Ильина О.Н., Полковников А.В., Дубовик М.Ф. и другие.

Основные результаты. Концепция проекта, одобренная проектным комитетом или первым лицом компании, как правило знаменует начало запуска проекта в работу. Следует отметить важность и актуальность данного этапа в жизненном цикле проекта (концепция, разработка, реализация и завершение), поскольку в этот момент, по сути, происходит инициация всего проекта. То есть если переводить проектную задачу в плоскость процессуального подхода, то в общем смысле можно заключить, что концептуальная фаза и этап разработки по совокупности действий соответствуют процессам инициации и планирования [3].

Ключом к разработке решения проблемы и потенциальному получению финансирования является понимание что «проект представляет собой серию мероприятий, направленных на достижение набора четко определенных целей в течение определенного периода времени и с определенным бюджетом» [4].

Агафонов А.В. под проектом понимает отдельную операцию с последовательным набором действий, направленных на достижение четко определенных целей, решений проблем определенных целевых групп, с запланированными ощутимыми результатами и ограниченными сроками, на которые необходимо использовать определенные средства и ресурсы в рамках установленного бюджета [1].

Разрабатываемая концепция проекта на предпроектной фазе описывает миссию и цели проекта, а также потребности, которые он призван удовлетворить, а также способы реализации поставленных целей (средства достижения миссии и целей).

Цель разработки концепции заключается в выработке согласованной идеи или набора идей, которые будут апробированы в технико-экономическом обосновании.

Разработка концепции проекта включает в себя [5]:

1. Формирование миссии проекта. Четкое, обоснованное утверждение миссии проекта является первой частью концепции проекта. Миссия ясно и кратко сообщает:

- необходимость указанного проекта;
- способы использования результатов проекта;
- как результаты и продукты, получаемые в ходе реализации проекта, будут соответствовать потребностям организации и сообщества.

Миссия проекта послужит основой для описания ситуации, используемой при поиске инвесторов, и, как таковая, должна четко учитывать как внутренние, так и внешние, требования и выгоды.

2. Проведение оценки потребностей. На этом этапе важно сосредоточиться на формулировании желаемых целей, а не на средствах решения конкретной проблемы объекта.

Описание конечной функции объектов, а не архитектурных методов их достижения, обеспечивает гибкость и повышает вероятность жизнеспособного решения.

3. Варианты решения, которые соответствуют миссии и потребностям.

4. Формирование команды, которая будет определять развитие проекта. Внутрикомандное взаимодействие, механизмы управления и мотивации в команде имеют существенное значение, а задачная парадигма реализуется в ней в наибольшей степени.

На начальном этапе разработки концепции проекта необходимо определить группу внутреннего планирования, небольшую группу людей в организации, которая будет руководить процессом принятия решений от начала до конца. Персонал и руководство должны понимать и согласовывать концепцию проекта или быть готовыми вернуться к ней до достижения консенсуса.

Проекты, которые имеют множество возможных решений, влияют на текущие организационные операции или требуют привлечения средств, превышающих обычные объемыфинансирования, потребуют привлечения команды консультантов с специализированным опытом.

Концепция проекта должна быть разработана в контексте существующего организационного стратегического плана и способствовать достижению целям компании, а также продемонстрировать

соответствие необходимым организационным требованиям (стимулирующие успешные капитальные проекты).

Вывод. В конечном результате концепция проекта часто принимает форму официального документа, созданного в организации владельца проекта для обоснования инициации проекта. В нем изложены общие сведения, контекст и необходимость проекта, цели проекта, ожидаемые результаты и необходимые ресурсы.

Список литературы

1. Агафонов А.В. Особенности внедрения корпоративных систем управления проектами / А.В. Агафонов // Наука и бизнес: пути развития. – 2012. –№ 8 (14). – С. 79-83.
2. Ильина О.Н. Управление проектами: ориентация на устойчивое развитие / О.Н. Ильина // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 1. – С. 106-112.
3. Новиков Д.А. Управление проектами: организационные механизмы / Д.А. Новиков. – Москва: ПМСОФТ, 2007. – 140 с.
4. Павлов, А.Н. Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK R. Изложение методологии и опыт применения / А. Н. Павлов. – 4-е изд., испр. и доп. (эл.). – Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 271 с.
5. Полковников А.В. Внедрение корпоративной системы управления проектами: риски, факторы успеха, выбор стратегии / А.В. Полковников, М.Ф. Дубовик // Управление проектами и программами. – 2006. – №01(05). – С. 42-49.
6. Руденко Л.Г. Системный подход в управлении организацией / Л.Г.Руденко, М.Н.Вандышева // Сила систем. – 2017. – № 2 (3). – С. 6-12.
7. Руденко Л.Г. Планирование и проектирование организаций: Учебник для бакалавров. / Л.Г. Руденко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 240 с.

Маркетинг

УДК 339.13:581.5

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СТРУКТУРЕ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ

Ардатьев В.Н.
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
viktor_ardatiev@mail.ru

Введение. Маркетинг достаточно давно вошел в жизнь каждого человека не зависимо от возраста, пола, уровня образования, профессии, доходов, уровня и культуры потребления. Маркетинг влияет на нас, но и сам изменяется в соответствии с развитием общества. Экологические стратегии маркетинга занимают все более значимое место в маркетинговой деятельности предприятий. Маркетинговые службы уделяют внимания разработке стратегий, которые имеют «зеленую» направленность.

Цель публикации – рассмотрение различных аспектов экологического маркетинга в контексте устойчивого развития Донецкой Народной Республики.

Основная часть. Обеспечение всех элементов экологической безопасности Донецкой Народной Республики является важным обстоятельством ее социального и экономического развития. В наследство Республика получила территорию, на которой хозяйственная деятельность велась с чрезвычайно высоким уровнем техногенного воздействия на экологию и природные ресурсы региона в течение десятилетий, а последствия данной деятельности и сегодня оказывают влияние на окружающую среду Донбасса.

Определенные виды ресурсов могут истощится уже через несколько десятилетий. Добыча, обогащение и транспортировка ресурсов, производство большинства групп товаров, захоронение отходов также наносят значимый ущерб окружающей среде.

Существует возможность сохранить гармонию природы и человека, если вести себя осмотрительно и ответственно по отношению к окружающей среде.

Вопросы взаимодействия бизнеса и окружающей среды влияют на экологическую составляющую инновационной и экономической деятельности, а также вклад деловых структур в решение данного вопроса. В настоящее время маркетинговая деятельность приобрела универсальность и влияет на теоретические подходы к управлению природопользованием, особое значение при этом приобретают исследования, направленные на стимулирование всех видов природоохранной деятельности и

ресурсосбережения. Главная цель маркетинговых подходов к управлению природоохранной деятельностью направлена на обеспечение рационального использования ассимиляционного потенциала природной среды. Так, для решения многих экономико-экологических проблем следует использовать новый вид человеческой деятельности в области природопользования – экологический маркетинг [1].

Экологически дружественное или «устойчивое» потребление — это часть устойчивого развития. Существующий способ потребления не является устойчивым, и потребители должны полностью осознавать различие между необходимым, осмысленным и чрезмерным потреблением. Нужна новая этическая модель жизни, восприятие ограниченности природных ресурсов и снижение излишнего потребления.

Общественный интерес к уровню жизни и состояние окружающей среды, обуславливает внимание бизнес-сообщества к развитию экологического маркетинга. Внедрение экологического маркетинга в деятельность предприятий положительно влияет на привлечение покупателей к определенным товарам.

Вопрос полноценной реализации экологического маркетинга в деятельности предприятий и организаций республики остается открытым.

Концепция экологического маркетинга призвана укрепить положение предприятия на рынке и способствовать построению долгосрочных и прозрачных отношений между покупателями и производителями продукции. А потому может быть использована и предприятиями Донецкой Народной Республики при условии соблюдения ими принципов экологического маркетинга.

Смещение решения актуальных экологических проблем к задачам экологического маркетинга в среде города связано с тем, что эти проблемы не решает существующий механизм природопользования. К тому же здесь срабатывает рыночный механизм мотивации – жители городов являются основными потребителями продуктов и услуг, негативно влияющих на экологию и формируют высокий спрос на экологические продукты. Развитию этого способствуют следующие факторы:

1) поиск исключительности продукта наряду с аналогичными с целью рекламы;

2) императив гармонизации жизни с природой в условиях деструктивных процессов, связанных с техногенными катастрофами, военными действиями, использованием достижений генной инженерии и глобальным потеплением.

Следовательно, экологический маркетинг действительно может выступать действенным инструментом механизмов устойчивого развития и служить базой для обеспечения экологической безопасности экономики и развития производительных сил региона [2].

Экологическое информирование дает нам основы знаний о экологической культуре, понимание роли человека во взаимоотношениях с

природой, окружающей средой. Наши шаги в повседневной жизни, на работе, при осуществлении покупок могут значительно снизить негативное воздействие человека на природу, на окружающую среду, уменьшить наносимый вред экологии республики [3].

Такие сознательные действия могут стать серьезным шагом в направлении создания «экономики замкнутого цикла», существенным вкладом в устойчивое развитие республики, в нахождении баланса между доступом к благам цивилизации, современными и перспективными достижениями науки и техники, экономическим ростом государства, социальным комфортом граждан и сохранением природной среды и ресурсов.

Заключение. Появление экологического маркетинга является результатом повышения требований потребителей к качеству и экологической чистоте продукции, которую они покупают, ее влияния на здоровье человека и окружающую среду. Отсутствие у ученых единого подхода к трактовке понятия «экологический маркетинг», создали неоднозначное отношение к этой маркетинговой концепции как у потребителей, так и у производителей продукции. Однако, несмотря на это, внедрение предприятиями Донецкой Народной Республики концепции экологического маркетинга имеет все шансы на успех, поскольку объединяет в себе возможность удовлетворения существующего спроса на экологически чистую продукцию, сохранения экологического равновесия окружающей природной среды и, что не менее важно, может обеспечить конкурентные преимущества продукции и дополнительные прибыли его производителям.

Список литературы

1. Садченко Е.В. Принципы и концепции экологического маркетинга: Монография / Е.В. Садченко. – Одесса: Астропринт, 2002. – 400 с.
2. Зайцева Д.С. Экологический маркетинг: тенденции и перспективы / Д.С. Зайцева, И.В. Краковецкая // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2016. – № 2. – С. 55 – 60.
3. Сенова О.Н. Действуйте ЭкоЛогично! Сборник экологических советов / О.Н. Сенова, А.В. Федоров, Е.С. Меринова и др. – Санкт-Петербург: ООО «Р-КОПИ». – 2019. – 116 с.

УДК 658.7

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЛОГИСТИКИ НА УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ В ПРОЦЕССЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Баев К.А., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
kuzma-baev@mail.ru

Введение. Логистические услуги оказывают непосредственное влияние на надлежащий уровень организации производства и сбытовых процессов, бережное отношение к использованию материальных ресурсов.

Рациональная организация управления материальными потоками в процессе товародвижения позволит ускорить и удешевить продвижение продукции как внутри предприятия, так и оптимизировать движения материальных потоков в сфере распределения, поставках конечному потребителю, повысить производительность труда работников, занятых складированием и транспортировкой, производительней использовать оборудование и помещения складов. Критериями эффективности, в рамках логистического подхода, являются: сохранение потребительских свойств продукции при хранении, транспортировании, учет и контроль движения сырьевых ресурсов и готовой продукции, поступающих на склады предприятия. В связи с вышеизложенным, считаем актуальной тему исследования.

Комплексное воздействие производственной логистики на экономию и рациональное использование материальных ресурсов, а также выявление резервов экономии и условий их реализации путем совершенствования управления материальными потоками в процессе товародвижения остаются нерешёнными научными проблемами, имеющими большую народнохозяйственную значимость.

Установление связи и взаимообусловленности состояния и развития логистических услуг с издержками общественного производства и потерями на различных стадиях товародвижения и потребления средств производства, исследования и учёт факторов воздействия на экономию материальных ресурсов в комплексе процессов их производства, обращения и потребления позволят определить резервы экономии, причины их образования и условия, оценить прогрессивные нововведения по совершенствованию форм и методов управления производственной логистикой с выделением источников и статей экономии ресурсов, повысить производительность труда работников, занятых складированием и транспортировкой, производительней использовать оборудование и помещения складов, сохранить потребительские свойства продукции, ускорить и удешевить продвижение продукции как внутри предприятия, так и оптимизировать движения материальных потоков в сфере распределения, поставках конечному потребителю.

В условиях быстрых темпов развития технического прогресса и интенсификации производства возрастает роль логистики (логистических услуг) в достижении эффективного функционирования производства, рационального товародвижения и экономного использования материальных ресурсов. Рациональное использование и экономия материальных ресурсов во многом зависит от управления материальными потоками, возможностей оказания производительных логистических услуг для полного и бесперебойного обеспечения производства всеми материальными компонентами с минимальными затратами живого и общественного труда, создавая тем самым необходимые условия для нормального функционирования, развития и повышения его эффективности.

Производительные логистические услуги охватывают (с точки зрения реально протекающих процессов продвижения продукции от изготовителей к потребителям) сферу обращения, где это движение приобретает форму товародвижения, и частично сферу материального производства, где логистические услуги, в виде подготовки продукции к поставке (сбытовые процессы по сортировке, маркировке, упаковке, хранению) и к производственному потреблению (снабженческие процессы). Материальное обеспечение нужному адресату, в нужном ассортименте, в нужное время во многом зависит от уровня развития логистических услуг. Экономическое содержание логистических услуг состоит в том, чтобы активно участвовать в формировании реальной потребительной стоимости средств производства.

Управляющие системы с разной степенью периодичности разрабатывают и принимают на разных уровнях управления различные решения, каждое из которых с различной степенью конкретности представляет собой определенную программу деятельности для управляемых систем, как в отношении целей, так и средств. Совокупность решений трансформируется в команды и сигналы, которые управляемые логистические системы реализуют в материальные потоки товародвижения средств производства как по критерию полноты обеспечения различных потребителей материальными ресурсами, так и по критерию транспортных издержек.

Эффективность каждого решения управляющей системы любого уровня можно заранее оценить по характеру его предполагаемого воздействия на товародвижение продукции (его результаты или издержки) и выявить основные источники и статьи эффективности.

Эффективность логистических услуг должен обязательно сопровождаться анализом эффективности функционирования как с точки зрения полноты и бесперебойности материального обеспечения производства, так и с точки зрения соблюдения плановых издержек при хранении и товародвижении. Значительная роль в таком анализе принадлежит оценке различных потерь в хозяйственных системах-участников товародвижения на различных стадиях, в том числе и материальных потерь.

Если из общих резервов управления выделить материальные резервы, то анализируя структуру транспортных издержек по составу входящих в них статей, нетрудно определить долю материальных затрат (амортизация, удельные капитальные затраты, материалы, топливо, условно-постоянные расходы и т.д.). Однако, средняя дальность перевозок (возможность снижения которой определяет и снижение всех транспортных затрат) играет существенную роль в образовании потерь средств производства в процессе их товародвижения. Так, средняя дальность перевозок влияет при средней участковой скорости движения транспорта, на время нахождения товаров и образования величины запасов в пути. Это, в свою очередь влияет на величину потерь, определяемую нормами естественной убыли, а также на степень сохранения потребительских свойств продукции.

Так, по данным фермерских хозяйств при доставке сельскохозяйственных продуктов от поля до потребителя в летнее и осеннее время потери составляют до 20 % урожая, в зимне – весеннее время – до 30 %. С учетом же ухудшения потребительских свойств продукции эти потери возрастают до 40 %. При хранении картофеля за 5-6 месяцев теряется около 30 %. Резко возрастают потери при увеличении сроков хранения.

Расчет потерь ограничивался рамками одного предприятия – первого звена, потребляющего непосредственно данный вид продукции. Важно учитывать влияние дефицита потребляемой продукции через последствия на смежников с учетом длительности дефицитной ситуации, которая оказывает воздействие на структуру и величину потерь от дефицита в разные периоды времени. Время запаздывания очередной партии поставки при среднесуточном потреблении приводит к пропорциональному росту дефицита и одновременно к снижению возможностей его компенсации дополнительными издержками.

Заключение. Для достаточно ёмкого и системного определения понятия «эффективность логистической деятельности», необходимо выделить ряд основополагающих признаков, позволяющих объединить различные виды полезной деятельности по единству их экономического содержания и функционального назначения.

Список литературы

1. Аникин Б.А. Логистика: учеб. пособ. / Б.А.Аникин – М.: Проспект, 2010. – 408 с. – ISBN – 5-16-001139-0.
2. Неруш М.Ю. Логистика: учебник и практикум для СПО / Ю.М. Неруш, А.Ю. Неруш. – М.: Изд-во Юрайт, 2016. – 559 с. – (Профессиональное образование). ISBN 978-5-9916-6236-9.
3. Гаджинский, А.М. Логистика / А.М.Гаджинский. – М.: Дашков и К, 2012. – 484 с.: ил. – Библиогр.: с. 482-483. – ISBN 978-5-394-00150-5.

УДК 339.138

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ПОВЕДЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Беспятая М. Н., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
marinad-28@mail.ru

Введение. Использование интернета, социальных сетей, мобильных приложений и других цифровых средств связи стали частью повседневной жизни миллиардов людей. Так, текущий уровень использования интернета среди взрослых американцев составляет около 87 % и приближается к 100% для таких демографических групп, как взрослые с высшим образованием и высоким доходом. Молодые люди – следующее поколение массовых потребителей – имеют такой же высокий уровень значения показателя [1]. При этом в Великобритании за последнее десятилетие количество часов, проведенных в интернете взрослыми, увеличилось более чем в два раза и в настоящее время составляет в среднем 20,5 часов в неделю [2]. Социальные сети отчасти способствовали этому росту: во всем мире более 2 миллиардов человек используют социальные сети. Очевидно, что люди все больше и больше времени проводят в цифровой среде. Это делается для многих целей, в том числе и для реализации их социальной роли – потребителя, поскольку они ищут информацию о продуктах, покупают и потребляют их, а также общаются с другими о своем опыте.

Изучением проблем, связанных с потребительским спросом, занимались многие ученые. J. Berger в своих трудах отобразил результаты исследования устной и межличностной коммуникации [3]. Y.Y. Vadakkepatt, G. Gautham акцентировали свое внимание на анализе онлайн-эффектов сарафанного радио [4]. M. Yadav, P.A. Pavlou занимались исследованием маркетинга в компьютерных средах [5]. Тем не менее, данное направление все еще относительно зарождается, и, конечно, необходимы дополнительные исследования, особенно учитывая постоянно меняющийся характер цифровых / социальных сетей / мобильных сред.

Целью исследования является анализ влияния цифрового маркетинга на поведение потребителей и определение перспективных направлений исследований.

Основная часть. В недавних исследованиях потребителей в области цифрового маркетинга и социальных сетей можно выявить три исследовательских направления:

1. Потребительская цифровая культура. Исследование цифровой культуры потребителей достаточно глубоко рассматривает цифровую среду, в которой находятся потребители. E.F. McQuarrie и др. сосредоточились на модном блоггинге как средстве документирования

«эффекта Мегафона», который является возможностью получить доступ к большой аудитории через цифровые / социальные сети. Они исследовали, как блогеры формируют аудитории и передают культурный капитал через демонстрацию «хорошего вкуса». В социальных сетях это, по существу, означает, что блоггер дает рекомендации, которые сигнализируют о его опыте другим. Эти исследования вносят важный концептуальный вклад в то, как видим потребителей в цифровом мире, в частности, подразумевая расширенную концепцию того, что значит быть потребителем в современном цифровом мире [6, с. 142].

2. Реклама. Цифровая реклама является одной из основных тем в отношении потребительского поведения. J.H. Schumann и др. [7, с. 63] рассмотрели, как негативные реакции на персонализацию рекламы могут быть преодолены с помощью нормативных апелляций на взаимность (вместо апелляций на полезность). A. Lambrecht, C Tucker изучали ретаргетинг рекламы, когда персонализированные рекомендации, основанные на предшествующей истории веб-браузера, делаются, когда потребитель возвращается на веб-сайт. C Tucker обнаружила, что персонализированные объявления на веб-сайте более благоприятно воспринимаются, когда потребители имеют более высокое восприятие контроля над личной / частной информацией, используемой для персонализации, что предполагает дальнейшие исследования в области цифровой конфиденциальности потребителей, которая в данный момент пока отсутствует [8, с. 565].

N.M. Puccinelli и др. исследовали цифровые видеорекламы (например, которые запускаются на таких сайтах, как Hulu и YouTube), сосредоточив внимание на том, как эмоции ТВ-шоу взаимодействуют с уровнями энергии рекламы, чтобы повлиять на реакцию потребителей. Они обнаружили, что когда потребители испытывают «деактивирующие» эмоции (например, печаль), им труднее просматривать энергичные объявления [9, с. 9].

3. Воздействие цифровой среды. Последствия влияния цифровой / социальной медиа-среды на поведение потребителей можно рассматривать как интегральные (т. е. цифровые среды влияют на поведение в этих средах) или случайные (т. е. цифровые среды влияют на поведение в других, не связанных средах). Например, в отношении интегральных последствий для окружающей среды D.A. Norton рассматривает незнакомцев в цифровой среде. Он обнаруживает, что потребители в конкурентных онлайн-условиях выводят межличностные различия и действуют агрессивно против других (незнакомцев), видя в интернете, что другие сделали тот же выбор, что и они [10, с. 243].

Заключение. Исследования по потребительскому поведению в цифровых / социальных сетях быстро растут и в основном фокусируются на явлениях, которые практически актуальны и теоретически интересны.

Среди перспективных направлений дальнейших исследований стоит отметить:

- влияние различных видов цифровых сред (включая социальные сети и мобильные устройства) на широкий спектр потребительских результатов, включая психологические и экономические конструкции;

- учет долгосрочных ответных мер при воздействия цифровой среды на потребителей (одноразовые экспериментальные исследования должны дополняться продольными экспериментами и архивными данными, фиксирующими цифровые экспозиции потребителей, интерактивные социальные взаимодействия и поведение с течением времени);

- вопросы конфиденциальности потребителей в контексте цифрового маркетинга и социальных сетей.

Список литературы

1. Internet Use Over Time: American Adults [Электронный ресурс] // Pew Research Center. – Режим доступа: http://www.pewinternet.org/data-trend/internet-use/internet-use-over-time/. (Дата обращения: 16.09.2019).
2. Adults' Media Use and Attitudes Report [Электронный ресурс] // Ofcom. – Режим доступа: http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/research-publications/adults/medialit-10years/. (Дата обращения: 16.09.2019).
3. Berger, J. Word of Mouth and Interpersonal Communication: A Review and Directions for Future Research [Текст] / J. Berger // Journal of Consumer Psychology. – 2014. – №24 (4). – P. 586-607.
4. Vadakkepatt, Y.Y. A Meta-Analysis of Electronic Word-of-Mouth Elasticity [Текст] / Y.Y. Vadakkepatt, G. Gautham // Journal of Marketing. – 2015. – №79 (2). – P. 19-39.
5. Yadav, M. Marketing in Computer-Mediated Environments: Research Synthesis and New Directions [Текст] / M. Yadav, P.A. Pavlou // Journal of Marketing. – 2014. – №78 (1). – P. 20-40.
6. McQuarrie, E.F. The Megaphone Effect: Taste and Audience in Fashion Blogging [Текст] / E.F. McQuarrie, B.J. Phillips // Journal of Consumer Research. – 2013. – №40 (1). – P. 136- 158.
7. Schumann, J.H. Targeted Online Advertising: Using Reciprocity Appeals to Increase Acceptance Among Users of Free Web Services [Текст] / J.H. Schumann, N. Groene // Journal of Marketing. – 2014. – №78 (1). – P. 59-75.
8. Lambrecht, A. When Does Retargeting Work? Information Specificity in Online Advertising [Текст] / A. Lambrecht, C. Tucker // Journal of Marketing Research. – 2013. – №50 (5). – P. 561-576.
9. Puccinelli, N.M. Consumers' Response to Commercials: When the Energy Level in the Commercial Conflicts with the Media Context [Текст] / N.M. Puccinelli, D. Grewal // Journal of Marketing. – 2015. – №79 (2). – P. 1-18.
10. Norton, D.A. The Devil You (Don't) Know: Interpersonal Ambiguity and Inference Making in Competitive Contexts [Текст] / D.A. Norton // Journal of Consumer Research. – 2013. – №40 (2). – P. 239-254.

УДК 332.363

РЕАЛИИ АГРОМАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ДНР

Божко Е.В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
alenka.bozhcko@yandex.ru

Введение. Агромаркетинг является комплексным и системным методом решения проблем предприятий АПК, включающим все стадии товародвижения с момента определения потребностей и прогнозирования спроса на продукцию до этапа сервисного обслуживания. Обеспечение продовольственной безопасности является первоочередной задачей, которую решают Правительство и Министерство агропромышленной политики и продовольствия ДНР.

Актуальность. Политика импортозамещения выявила ряд проблем в деятельности предприятий АПК в силу особенностей их функционирования. Диверсификация деятельности – процесс трудоемкий, длительный, требующий финансовых вливаний. В современных условиях хозяйствования для многих предприятий АПК, использование прикладных методик агромаркетинга позволило бы завоевать внутренний рынок ДНР, и, как следствие, привело к сокращению ассортимента импортных товаров.

Целью настоящего исследования является определение реальных возможностей применения концепций агромаркетинга, функционирующими предприятиями АПК ДНР в условиях импортозамещения.

Основная часть. Агробизнес – это структура, отвечающая за производство, хранение, переработку, транспортировку и поставку сельскохозяйственной продукции конечному потребителю. Агромаркетинг связан с продукцией сельского хозяйства, в связи с чем, следует выделить следующие его особенности:

Зависимость экономических результатов от природных условий. Объем, ассортимент и качество продукции напрямую зависят от качества и интенсивности эксплуатации земельных угодий.

Роль и значение товара. Товары в агромаркетинге имеют не только потребительское предназначение, но и эстетическое.

Сезонность производства и создание готовой продукции. Процесс переработки и производство готовой конкурентоспособной продукции не всегда отвечает ожиданиям и требованиям потребителей.

Многообразие форм собственности в системе АПК и организационных форм хозяйствующих субъектов и др. [1, с. 24-28].

Согласно данным Министерства агропромышленной политики и продовольствия ДНР, по состоянию на 18.09.2019 г. в Республике

продолжается уборка поздних зерновых и технических культур. Поздних зерновых культур убрано 7,9 % к прогнозу, в том числе:

- кукурузы – 4,1 %;
- проса – 98,1 %;
- гречки – 84,3 %.

В целом по ДНР убрано технических культур 30,5 %, в том числе:

- подсолнечника – 27,8 %;
- льна – 84,6 %;
- сои – 99,6 %;
- горчицы – 84,1 %;

других технических культур – 93,2 % [2].

По сравнению с 2018 г., аграриями ДНР в 2019 г. было намолочено на 102 тыс. т. больше, или на 46 %. Собранный урожай озимой и яровой пшеницы составляет более 248 тыс. т. и позволяет в полном объеме обеспечить потребности ДНР как в продовольственном, так и фуражном зерне.

Однако, проанализировав ассортимент муки в ДНР, можно сделать вывод, что в большинстве случаев в торговых точках можно встретить только муку пшеничную высшего сорта от производителей-резидентов ДНР, а также представителей компаний Российской Федерации (РФ). Явно ощущается дефицит муки пшеничной цельнозерновой, ржаной, рисовой, гречневой, кукурузной и др. видов.

Следуя Программе импортозамещения, в ДНР вышеперечисленные виды муки поставляются следующими фирмами и компаниями:

Донель (ПАО «Луганск-Нива», г. Луганск, ЛНР);

Съедобно ТМ (ООО «Съедобно», Ивановская обл., РФ);

Агрохолдинг Гудвилл (АО «Алтайская крупа», РФ) и др.

В редких случаях можно встретить муку производства украинских предприятий. Ее предложение носит фрагментарный характер в силу отсутствия возможности на постоянной основе предлагать максимальный ассортимент при неизменном качестве и в доступной ценовой категории. Обоснованием вышеизложенных событий является экономическая блокада государством Украина территорий ДНР и ЛНР и прекращение сотрудничества в сфере поставок готовой продукции.

Все производители расфасовывают муку в бумажные пакеты в дозировке 0,5 и 1 кг. Цена 1 кг муки превышает стоимость 1 кг зерна в несколько раз. Объясняется это логистическими и маркетинговыми расходами, а также тем фактом, что первичная переработка имеет целевую направленность – сохранение продукции и ее качества, а не повышение ее потребительских свойств.

К сожалению, конкурентоспособность продукции АПК отечественных производителей гораздо ниже аналогичной импортной продукции в силу ряда причин:

1. Предприятия АПК работают на дефицитном рынке;

2. Предприятия АПК не имеют достаточного опыта ведения маркетинговой деятельности;

3. Многие предприятия финансово ограничены;

4. Недоступность для большого количества предприятий научных разработок и нововведений для внедрения в производственную деятельность;

5. Недостаточное финансирование со стороны государства.

Заключение. Для успешного функционирования на рынке, предприятие АПК вынуждено приспосабливаться к изменениям во внешней маркетинговой среде и воздействовать на нее по мере своих возможностей путем: подготовки, моделирования и формализации работы с кадрами в сфере агромаркетинга; повышения квалификации и стажировки сотрудников за рубежом; проведения конференций, симпозиумов, семинаров для обмена опытом при решении проблем.

Политика импортозамещения позволяет после окончания процесса уборки урожая:

- произвести оценку количества и качества собранного урожая;
- провести бактериологическую экспертизу качества урожая с целью определения химико-физических и органолептических свойств зерновых культур;
- провести маркетинговые исследования с целью изучения мнения потребителей по вопросам возможностей и необходимости приобретения желаемой продукции (ассортимент, цена, качество упаковки, вес готового изделия и др.);
- сравнить показатели своей деятельности (результаты экспертиз и исследований) с данными конкурентов;
- принять участие в тендерах на поставку сырья и/или готовой продукции;
- провести маркетинговые мероприятия с целью популяризации знаний о деятельности конкретного предприятия АПК;
- заключить договора о сотрудничестве на поставку готовой продукции с заинтересованными сторонами и мн. др.

Список литературы

1. Агромаркетинг и консалтинг: учебное пособие / Ю.А. Цыпкин, А.Н. Люкшинов, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 637 с.
2. Ход осенних полевых работ – 2019 / Министерство агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: http://mcxdnr.ru/about-ministry (дата обращения 20.09.2019).

УДК 338.012

ОПТИМИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ ПО ОБРАЩЕНИЮ С ОТХОДАМИ

Бойко С.В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
el-teplo@bk.ru

Введение. На сегодняшний день проблема переработки и утилизации отходов промышленных предприятий объединяет в себе непросто переработку и утилизацию тех же производственных отходов, но и возвращение на предприятие собственной продукции в случае окончания срока ее службы или непригодности в использовании. Данный процесс непосредственно связан со складированием, транспортировкой, переработкой и утилизацией, что обусловило развитие нового направления логистики – реверсивной логистики (зеленой логистики или логистики рециклинга). Особую актуальность приобретает реверсивная логистика как средство уменьшения деструктивного влияния хозяйственной деятельности промышленных предприятий на окружающую среду, экономику и общество.

Проблемы управления в сфере обращения с отходами рассмотрены в работах таких ученых, как Букринская Э.М. [1], Калашников С.А. [2], Караулева Е.А. [3], Курбатова Е.С. [4], Лазарев В.А. [5], Савчук О.А. [6] и др.

Однако исследования логистики рециклинга, описывающей потоки производственных отходов, сбросов, выбросов и отработанной продукции, тары, упаковки и т.п. в системе логистики предприятия, носят фрагментарный характер.

Цель работы заключается в систематизации методов воздействия на оптимизацию ресурсов по обращению с отходами, что позволит определить пути решения проблем, существующих в системе управления отходами.

Основная часть. Реверсивная логистика – сравнительно новое направление традиционной логистики, которое связано с управлением потоками товаров и ресурсов, которые движутся от потребителя к производителю (обратный поток), тогда как обычная логистика обычно предполагает движение материальных потоков и сопутствующей им информации от точки происхождения до точки потребления (прямой поток) с целью удовлетворения потребительского спроса [3, с. 138].

Управлять отходами непросто. Необходимо, чтобы все манипуляции, производящиеся с мусором, а также механизмы регулирования этих процессов и контроля над ними были взаимосвязаны. Современные системы управления делают акцент на переработке отходов. Ведь перерабатывая мусор сегодня, мы обеспечиваем себе счастливую жизнь на завтра.

Прежде всего, следует выделить основные проблемы, существующие в данной сфере в настоящее время [3, с. 60]:

1. Управление отходами децентрализовано.

2. Отсутствует комбинированная технология утилизации мусора, объединяющая разные способы переработки вторсырья.

3. Не развиты экономические механизмы управления создающимися отходами.

4. Отсутствует системный подход к проблемам переработки и уничтожения мусора.

5. Устаревшее техническое оснащение перерабатывающих предприятий. Новые технологии и современное оборудование не внедряются ввиду их дороговизны.

6. Отсталость культуры раздельного сбора мусора.

7. Бюрократическая волокита, которая не дает активно развиваться бизнесу, возведенному на переработке вторсырья и получении из него новых продуктов.

На рис. 1 представлено влияние всех рычагов управления и сбережения ресурсов с целью оптимизации ресурсов по обращению с отходами.

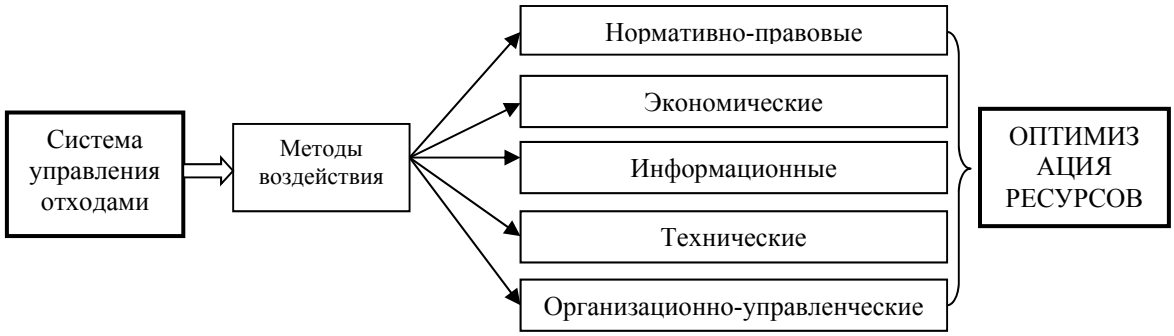


Рис. 1. Методы воздействия на оптимизацию ресурсов по обращению с отходами

Системное применение представленных методов, позволяет сформулировать определенные пути решения проблем, существующих в системе управления отходами:

1. Государственный контроль (финансовый и технический) над осуществлением сбора, вывоза и захоронения мусора.

2. Устранение пробелов в нормативной документации.

3. Проведение инвентаризации (скрининга) земель, отведенных когда-то под захоронение мусора, для получения дополнительной сырьевой базы и установления меры их воздействия на экологию и человека.

4. Повышение качества раздельного сбора отходов и повсеместное внедрение технических решений, позволяющих добиться данной цели (установка контейнеров под разные виды мусора и т.д.).

5. Разработка и реализация новейших (доступных и безопасных для экологии) технологий переработки.

6. Создание условий, противодействующих созданию незаконных свалок, и жесткий контроль над ними.

7. Привлечение предпринимателей к переработке отходов путем создания комфортных условий для ведения бизнеса.

8. Стимулирование предприятий, использующих вторсырье в своей деятельности.

9. Рассмотрение опыта развитых стран и принятие (с адаптацией) некоторых рекомендаций ЕС по вопросам утилизации отходов.

Заключение. Таким образом, важнейшими задачами управления отходами являются преобразование и комбинирование разных способов переработки, снижение процента мусора, подвергающегося захоронению, создание благоприятных условий для использования предприятиями вторсырья и развития «мусороперерабатывающего» бизнеса. Следовательно, реверсивная логистика является неотъемлемым элементом управленческой деятельности, которая позволяет не только повысить эффективность деятельности предприятий, но и уменьшает или ликвидировать деструктивное влияниехозяйственной деятельности на эволюционное развитие экономики, окружающей среды и населения.

Список литературы

1. Букринская Э.М. Реверсивная логистика / Э.М.Букринская. – СПБ: Изд-во СПБГУЭФ, 2010. – 79 С.
2. Калашников С.А. Применение модели возврата товара с использованием средств реверсивной логистики / А.С. Калашников, Я.Г. Монин // Логистика. – 2014. – № 5. – С. 29-31.
3. Карулева Е.А. Реверсивная логистика как средство современного ведения бизнеса / Е.А.Карулева, Е. Кулагина, Е.И. Польская // Академия педагогических идей Новация. – 2019. – № 3. – С. 137-143.
4. Курбатова Е.С. Оптимизация реверсивной логистики возвратных потоков на основе классификации и модели обратной логистики / Е.С. Курбатова , А.В. Кузнецова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 1(9). – С. 58-66.
5. Лазарев В.А. Реверсивная логистика – логистика возвратных и обратных потоков / В.А.Лазарев, И.А. Кульков. Екатеринбург: Уральский гос. экон. ун-т, 2014. 48 с.
6. Савчук О.А. Управление возвратными потоками оптовых организаций и их классификация / О.А. Савчук // Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 69-72.

УДК 339.13

ДИСКУРС БРЕНДОВ В СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ МАРКЕТИНГА

Бойчук С.С., канд. филос. наук
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
им. Тараса Шевченко», г. Луганск, ЛНР
overbaring@mail.ru

Введение. Произошедшая в течение XX столетия социокультурная трансформация согласно оценке большинства социологов и философов привела к торжеству «парадигмы потребления», которая сменила собой главную ориентацию общества Модерна и промышленного капитализма на производство [3 с. 122-123]. Наиболее полно данный процесс выразился в том, что работа как «призвание и профессия» становится все менее значительным фактором в формировании и обретении идентичности. В то же время именно потребление предоставляет каждому индивиду наиболее широкие возможности практически неограниченного ничем конструирования личной идентичности посредством приобретения и присваивания различных элементов, создающих не только ощущение свободы выборы, но и дарящих переживание иллюзии индивидуальности.

Цель данной работы заключается в рассмотрении основных подходов к концепту бренда в современной теории маркетинга в контексте формирования экономики впечатлений и брендовых сообществ как пространства социального признания и обретения идентичности.

Основная часть. Актуальность обращения к теме бренда как фактора формирования идентичности в условиях общества потребления обуславливается тем, что наиболее перспективные экономические стратегии развития не возможны без обращения к теме идентичности покупателя и зависимости формирования «я-концепции» от ценностей бренда. Кроме того уточнение значения понятия бренда как концепта определяющего современное социально-экономическое пространство в контексте понятия идентичности и наличия в нем особого коммуникативного потенциала остается неизученной проблемой. Также экономическое поведение потребителей все больше оказывается зависимым от системы ценностей и моделей идентификации личности.

Также следует помнить: исследования показывают, что значительная часть жителей развитых стран часто доверяют отдельным брендам больше чем служителям полиции, депутатам парламента и министрам правительства [6]. Вместе с тем беззаветная приверженность потребителей к любимым брендам оказывается вполне сравнимой с рвением, верностью и даже фанатизмом последователей мировых религий. В результате сильные бренды, которые имеют за собой развитую идеологию и сложную систему ассоциаций и ценностей, объединяют вокруг своих идей людей,

порождая особый тип новых сообществ, «брендовые» сообщества [1]. В свою очередь данные сообщества становятся центром для формирования брендовых культов и ритуалов.

Существует значительное количество работ, посвященных проблеме места и роли брендов в глобальной экономике, в целом, и потребительской культуре современности, в частности. Наиболее основательно и последовательно теоретические вопросы сущности бренда, ключевых особенностей брендинга и принципов формирования стратегий продвижения брендов были рассмотрены в работах российских и зарубежных авторов, таких как Д.А. Аакер, А. Бадьин, Дж. Барлоу, А. Бар Томпсон, Б. Ванэкен, Е.П. Голубков, В.Н. Домнин, М. Данн, Ф. Котлер, Т. Нильсон, В. Перция, В. Пферч, Л. Райе, Э. Райе, П. Стюарт, В. Тамберг, Дж. Траут, Г.Л. Тульчинский, Ф.И. Шарков, Л. Чернатони и др.

В литературе, посвященной феномену бренда в сложной реальности современной экономики впечатлений, особое место принадлежит книге А. Випперфюрта «Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию», в которой показана технология продвижения бренда посредством присвоения потребителями ценностей и значений, ассоциируемых с брендом, а также раскрыты механизмы участия потребителей в его строительстве и развитии [2]. Также интерес представляют статьи, раскрывающие основы философско-антропологической интерпретации человека-бренда в современной культуре [4; 5; 7], показывающие коммуникативный капитал бренда [9], освещающие место и роль комплекса маркетинга в формировании бренда [1], Также специального внимания заслуживает диссертационные исследования А.А.Щербак, которое показывает роль брендов в формировании идентичности индивидов и выявляет социально-психологические закономерности корреляции брендовой и социальной идентичности личности [8].

Среди многочисленных и разнообразных англоязычных работ, не переведенных на русский язык и плохо известных на постсоветском научном пространстве, отдельно необходимо упомянуть следующие статьи: исследование особенностей культурного подхода к брендингу в условиях глобальных рынков [9], анализ роли лояльности к бренду и действию цепочки эффектов от доверия к бренду к эмоциональным и перформативным составляющим [10]. Кроме того особое внимание в исследованиях техник брендинга уделяется трансформации роли покупателя в процессе потребления. Так, развивая идеи А. Випперфюрта, исследователями подчеркивается, что современный потребитель уже не выступает в качестве пассивного объекта воздействия манипулятивных стратегий, применяемых с целью повышения продаж, а оказывается включенным в процесс производства, инновационного развития, презентации товаров и создании ценностей бренда в роли активного участника и творца [11]. Воодушевляя и мотивируя на потребление, бренд

– как открытая желаниям покупателя динамичная реальность – принципиально меняет социально-экономические условия современности и нуждается в дальнейших исследованиях.

Заключение. Таким образом, интерактивный и коммуникационный подход к определению феномена бренда становится крайне важным элементом современной экономической теории и практики, поэтому крайне перспективным представляется исследование вопросов, связанных с проблемами идентичности, брендовых сообщностей и роли потребления ценностей бренда при формировании образа человека и становлении его социальных связей.

Список литературы

1. Веретено А.А. Место комплекса маркетинга в формировании бренда / А.А.Веретено, В.В. Студенихина // Научные исследования. – 2017. – №1 (12). – С. 31-35.
2. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию / А. Випперфюрт. – СПб.: Коммерсант, 2008. – 384 с.
3. Гидденс Э. Основные понятия социологии / Э. Гидденс, Ф. Саттон. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2018. – 336 с.
4. Миляева Е.Г. Человек-бренд в современной культуре: философско-антропологическая интерпретация / Е.Г.Миляева // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – №4. – С. 64-69.
5. Невелева В.С. Феномен бренда: философско-антропологическая интерпретация / В.С. Невелева, Е.Г. Миляева, А.А. Дыдров, Д.В. Соломко // Манускрипт. – 2017. – №10-2 (84). – С. 105-109.
6. Севумян Э.Н. Влияние философии бренда на ценности «общества потребления» / Э.Н. Севумян // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2017. – Том 6. – № 5А. – С. 69-75.
7. Сорокин Д.Е. Технологическое обновление российской экономики: необходимость и ограничения / Д.Е. Сорокин // Экономика. Налоги. Право. – 2017. – №1. – С. 20-28.
8. Щербак А.А. Бренд как элемент социальной идентичности личности. Дис. кандидата псих. наук: 19.00.05 / Щербак А.А. – М, 2016. – 177 с.
9. Cayla J. A cultural approach to branding in the global marketplace / J. Cayla, E.J.Arnould // Journal of International Marketing. – 2008. – Vol. 16. – No. 4. – P. 86-112.
10. Chaudhuri A. The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect To Brand Performance: The Role of Brand Loyalty / Arjun Chaudhur, Morris B. Holbrook // Journal of Marketing. – 2001. –N.65. – No. 2. – P. 81-93.
11. Russell C. When Narrative Brands End: The Impact of Narrative Closure and Consumption Sociality on Loss Accommodation / Cristel Russell, Schau Hope // Journal of Consumer Research. – 2014. – N.40 (6). – P. 1039-1062.

УДК 339.138

ЦЕННОСТНЫЙ ПОДХОД В ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Германчук А.Н., канд. экон. наук, доцент
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
allagerm@rambler.ru

Введение. Деятельность производителей товаров, оптовых и розничных предприятий в цепочке создания ценности в сфере распределения продукции предполагает формирование и предоставление потребителю уникального ценностного предложения в нужное время и место, в необходимом количестве и ассортименте, поскольку именно он оценивает потребительскую ценность товара и принимает решение о покупке.

Цель. Процесс создания потребительской ценности в трейд-маркетинге начинается с изучения мнений покупателей о товаре и предприятии, которое предлагает этот товар потребителю, а затем полученная информация должна передаваться «вверх по цепочке» – до производителя товара, чтобы в виде конкретных рекомендаций стать основой разработки маркетинговой программы производства и выпуска изделий.

Основная часть. Вопросы изучения категории «потребительская ценность» рассматривали Ф. Котлер [1], Дж. Кронин, М. Бреди, Т. Хилт [2], М. Рокич [3], Дж. Шет, Б. Ньюман и Б. Гросс [4], В. Зейтамл [5], выделившие два основных подхода к изучению ценности. Согласно первому подходу (В. Зейтамл, Ф. Котлер) ценность рассматривается как «… общая оценка покупателем полезности товара, базирующаяся на восприятии того, что он получает и отдает» [5, с. 14].

Приверженцы второго подхода рассматривают потребительскую ценность как совокупность определенных элементов. Так Дж. Шет, Б. Ньюман и Б. Гросс указывают, что ценность может быть функциональной, условной, социальной, эмоциональной и эпистемологической [4, с. 160]. Дж. Кронин, М. Бреди, Т. Хилт рассматривают взаимосвязь категорий качество, ценность и удовлетворенность как основу успешной деятельности предприятия на рынке [2, с. 195].

На наш взгляд, структура потребительской ценности товара в трейд-маркетинге охватывает три направления:

1 – ценность, создаваемая в процессе производства;

2 – ценность, создаваемая в каналах распределения;

3 – ценность, создаваемая в процессе продажи товара.

Ценность, создаваемая в процессе производства (ценность товара) характеризует непосредственно сам товар, его функциональное назначение, упаковку, ассортимент, соответствие потребительским

ожиданиям качества, бренд. Данная ценность должна формироваться на основе проведения изучения потребительских ожиданий конечного покупателя, оценки спроса и его прогнозирования, а затем в виде рекомендаций и пожеланий направляться производителю для формирования ценностного предложения.

Важной характеристикой, позволяющей оценить потребительскую ценность товара, является удовлетворенность потребителя, которая рассматривается как степень соответствия свойств товара его ожиданиям. Производители вкладывают значительные финансовые средства в разработку маркетинговых программ, направленных на привлечение новых и удержание существующих потребителей, поскольку от этого зависит рентабельность предприятия и его конкурентные позиции на рынке.

Ценность, создаваемая в маркетинговых каналах распределения направлена на обеспечение широкой доступности товаров в рознице и охватывает маркетинговую и логистическую компоненты. Маркетинговая компонента в процессе формирования ценности определяется уровнем маркетингового взаимодействия производителя, посредника и ритейлера при разработке ценовой политики, разработке и реализации политики представленности бренда в каналах продаж; осуществлении совместных программ продвижения продукции; формировании команд торговых представителей, супервайзеров и мерчендайзеров; разработке мотивационных программ для участников маркетинговых каналов распределения. В последнее время дистрибьюторы также могут заниматься разработкой СТМ (собственных торговых марок). Так, к примеру, ООО «Мастер-Торг» – один из крупнейших дистрибьюторов ДНР реализует продукцию под СТМ «Bocado» (широкий ассортимент консервированной продукции) и «Bliss» (шампанское).

Логистическая компонента определяет ценность времени и места, т.е. обеспечивает своевременную доставку необходимого товара. Здесь реализуются такие бизнес-процессы маркетинговой логистики, как транспортировка, складирование, управление запасами, обработка заказов продукции. При этом взаимодействие производителя и дистрибьютора может ограничиваться только логистикой (ООО «ЛаКонд» и «Мак-Инвест» или небольшие дистрибьюторские фирмы, занимающиеся поставками товаров из РФ и реализацией их в розницу), а может охватывать определенный перечень маркетинговых и логистических функций (ООО «Мастер-Торг»).

Ценность, создаваемая в процессе продажи (ценность приобретения) определяется маркетинговой политикой розничного магазина и обеспечивается с помощью разработки концепции магазина (планограммы размещения товаров и торгового оборудования, атмосфера, стиль, фирменный образ и др.), мерчендайзинга, мероприятий по стимулированию сбыта, размещения POS-материалов, т.е. совокупности факторов, которые формируют лояльность потребителя к магазину.

Таким образом, выделим структурные элементы формирования потребительской ценности соответствующие определенным ожиданиям потребителя (табл. 1).

Таблица 1

Структурные элементы формирования потребительской ценности в трейд-маркетинге

Потребительская ценность	Ожидания потребителя
Ценность, формируемая в процессе производства	• Высокое качество товаров • Наличие нужного товара в продаже • Широкий ассортимент товаров • Достаточное обновление ассортимента • Привлекательная упаковка • Оптимальное соотношение «цена – качество» • Ценовое стимулирование • Получение достоверной информации о товаре • Высокий имидж товарной марки
Ценность, формируемая в маркетинговых каналах распределения	• Обеспечение наличия товара в продаже • Соблюдение сроков и условий хранения товара • Обеспечение соответствующих условий транспортировки
Ценность, формируемая в процессе продажи	• Наличие товара в продаже • Ценовое стимулирование • Удобство и минимизация затрат времени на совершение покупок • Компетентность персонала • Внутренний дизайн помещения

Заключение. Вовлечение всех участников маркетингового канала распределения в процесс формирования потребительской ценности является основным условием эффективной трейд-маркетинговой деятельности и способствует более полному удовлетворению запросов и ожиданий потребителя.

Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
2. Cronin J. Jr., Brady M., Hult T. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. Journal of Retailing, 2000, 76(2), pp. 193-218.
3. Rokeach, M The nature of Human Values // New York: Free Press, 1973. – P. 438.
4. Sheth J.N., Newman B. I., Gross B.L. Why we buy what we buy: a theory of consumption values // Journal of Business Research, 1991. – № 22. – P. 159-170.
5. Zeithaml V.A. Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence // Journal of Marketing. – 1988. – № 52(3). – P. 2-22.

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ DIGITAL-МАРКЕТИНГА

Дудник В.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
vika_dirsp@mail.ru

Введение. Цифровые технологии непрерывно изменяются и активно развиваются, поэтому профессионалы по маркетингу должны учитывать данные тенденции в практической деятельности. Растущая насыщенная цифровая маркетинговая среда является сложной задачей для маркетологов, когда дело доходит до того, чтобы заинтересовать потребителей и привлечь их внимание.

Доступ пользователям к сети открывают все больше устройств. Виртуальная и дополненная реальность меняет не только поведение современного покупателя или пользователя, но также и формы взаимодействия с рекламодателями. Очевидно, что каждая компания стремится получать прибыль, формировать которую могут только покупатели. При этом инструментарий digital-маркетинга на сегодня выступает ключевым фактором влияния на поведение потребителей.

Целью исследования является изучение современных тенденций и трендов, связанных с практическим применением инструментов digital-маркетинга.

Основная часть. Развитие digital-маркетинга происходит путем усложнения его инструментов, помогающих созданию эффективных отношений с клиентами. Благодаря стремительному развитию цифровых медиа появляется все больше новых возможностей для маркетинга. А применение новых технологий digital-маркетинга раньше конкурентов поможет выиграть время и получить дополнительную прибыль. Рассмотрим основные из них.

1. Чат-боты и live-чаты вовсе не новы, что подтверждается количеством пользователей (около 1,4 миллиардов человек ежегодно). В маркетинговых целях их используют или планируют использовать уже 80 % брендов [1]. В настоящее время этот метод коммуникации является самым удобным. E-mail и звонки остались в прошлом. Так, по данным социологических опросов пользователей чат-ботов [2], основными их преимуществами были названы: круглосуточная поддержка (64 %), мгновенный ответ на вопросы (55 %), доступная обратная связь (51 %), быстрое решение проблем и качественный клиентский опыт (43 %), подробные ответы на вопросы (37 %), доступность и дружелюбное общение (32 %).

Live-чат также имеет ряд преимуществ – увеличивает шансы на осуществление покупки в 3 раза, способствует увеличению показателей конверсии до 20 % и ROI до 305 %.

2. IGTV – приложение Instagram для создания длинных видеороликов, встроенное в соцсеть [2]. Полноэкранные вертикальные видео длиной до часа теперь может загружать любой пользователь Instagram. Подобный шаг компании объясняется ростом популярности видео в соцсетях и стремлением составить конкуренцию YouTube. Пока приложение только набирает обороты. Однако новая платформа открывает брендам практически безграничные возможности и нужно успеть покорять пользователей.

3. Интерактивный видео-контент. Формат контента видео в рейтингах не однократно лидирует. Но в последнее время все большее внимание в нем уделяется интерактивности.

Одним из примеров такого формата является видео с круговым обзором. Этот формат позволяет выбирать угол обзора, что делает его намного более впечатляющим (по данным опроса 98 % потребителей США). 360° видео можно размещать не только в соцсетях, оно способствует повышению эффективности электронных сообщений и сайта [4]. Неудивительно, что показатель кликабельности у них в 8 раз выше. 70 % маркетологов согласны с тем, что данный формат видео положительно влияет на бизнес (целевой рынок взаимодействует с ним на 65 % лучше) [4].

Учитывая данные статистики видеорекламы (досмотры) – обычные ролики (14 %) и 360° видео (46 %) – можно утверждать об эффективности применения интерактивных видео в деятельности компаний.

4. Реклама в Facebook и Instagram. Во всем мире большинство компаний платят за продвижение в Facebook и Instagram [5]. Так, в 2019 году 31 % брендов продвигали свои аккаунты при помощи рекламы в Instagram. За последние четыре года объем рекламы на платформе вырос в 8 раз. Принадлежность Instagram Facebook обеспечивает одновременное продвижение компаний на этих двух платформах. Поэтому если предприниматель хочет продвинуть свой бизнес, то не стоит терять время, а нужно использовать возможности данных платформ.

5. Beacon технология похожа на GPS, но для предпринимателей она представляет значительно больший интерес. Для того чтобы она функционировала, клиент должен установить приложение бренда. После этого фирма может определять самые популярные отделы магазина и время их посещения, что позволит отправлять клиентам персонализированные предложения. Интернет-магазины также могут размещать Beacon-маяки в общественных местах и обращаться к аудитории во время их посещения.

Интерес бизнеса к данной технологии также увеличивается. Так, 42 % брендов имеют собственные приложения (а у брендов, созданных в 2000-хтысячных – 55 %), 30 % в ближайшем будущем планируют их создать [6]. Следовательно, руководству предприятий необходимо вносить создание брендового приложения в свой стратегический план.

6. Голосовой поиск сейчас можно встретить везде. Пользователи со всего мира уже привыкли задавать вопросы голосом, что отражается на результатах поиска. По мнению экспертов, к 2020 году 50 % всех запросов будет приходиться на голос, что подтверждается данными статистики сейчас (более миллиарда подобных запросов в месяц). Следовательно, производители должны модернизировать свои сайты и добавить голосовой поиск.

7. Мобильные платежи, как и голосовой поиск, должны обязательно присутствовать у любого бизнеса. Согласно данным статистики мировой объем мобильных платежей увеличился с 420 биллионов долларов США в 2015 году до 1,2 триллиона к лету 2019 года [7].

Основным преимуществом данных платежей является возможность оплачивать товары (услуги) в мобильном приложении или с помощью смартфона. Более 440 миллионов человек по всему миру используют Apple Pay, Google Pay и Samsung Pay и к 2020 году их число может составить 760 миллионов.

8. AI. Многие из перечисленных выше трендов основываются на искусственном интеллекте, открывающем перед маркетологами новые возможности. Так, по данным Investor's Business Daily [8], ожидаемый совокупный мировой доход от искусственного интеллекта за период 2016-2025 гг. по сфере применения составит (в млн. долл. США): распознавание изображения – 8,097, повышение эффективности стратегии – 7,54, обработки данных о клиентах – 7,366, предупреждение поломок – 4,68, идентификации объектов – 4,21, поиска изображений – 3,714, сбор геофизических данных – 3,655, дистрибуция контента в соцсетях – 3,566, обнаружение объектов при навигации – 3,169, предотвращение угроз безопасности – 2,472.

Большинство из этих функций можно использовать при разработке стратегии предприятия, а учитывая, что AI является самой быстрорастущей технологией [8], присмотреться к ней стоит.

Заключение. Digital-маркетинг использует ряд инструментов, позволяющих достигать целевой аудитории даже в офлайн-среде. В digital-маркетинге используются как классические схемы развития бизнеса интернет-ресурсов и стандартные каналы продвижения, так и новейшие технологии, позволяющие эффективно взаимодействовать с клиентами.

Список литературы

1. How 5 Innovative Businesses Are Using Chatbots [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://squareup.com/us/en/townsquare/how-5-innovative-businesses-are-using-chatbots (дата обращения: 10.09.19).
2. 7 преимуществ использования чат-ботов для достижения бизнес-целей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spark.ru/startup/templaterobot/blog/38187/7-preimuschestv-ispolzovaniya-chat-botov-dlya-dostizheniya-biznes-tselej (дата обращения: 10.09.19).

3. IGTV: что нужно знать брендам о новом инструменте Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rusability.ru/internet-marketing/igtv-chto-nuzhno-znat-brendam-o-novom-instrumente-instagram/ (дата обращения: 11.09.19).
4. 360 Ads Are Better! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://advrtas.com/360-video-ads-better/ (дата обращения: 11.09.19).
5. Social Media Marketing Update [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.marketingcharts.com/digital/social-media-83462 (дата обращения: 12.09.19).
6. Should Your Small Business Invest in a Mobile App? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://clutch.co/app-developers/resources/small-business-apps-survey-2018 (дата обращения: 12.09.19).
7. PayThink Mobile security is an investment issuers can't ignore [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.paymentssource.com/opinion/mobile-security-is-an-investment-issuers-cant-ignore (дата обращения: 12.09.19).
8. Artificial Intelligence Moves to Top Corporate Spending Priority [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.aitrends.com/business/artificial-intelligence-moves-to-top-corporate-spending-priority/ (дата обращения: 12.09.19).

УДК 339.1

МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

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

Введение. В конкурентной среде современного рынка главным орудием являются новые услуги, продукты, технологии и методики, которые, в свою очередь, являются результатом инновационной деятельности. Поэтому маркетинговое обеспечение реализации вновь разработанных нововведений становится одним из приоритетных направлений деятельности инновационного предприятия.

Цель исследования состоит в научном обобщении основных направлений инновационного маркетинга на примере ведущих мировых компаний.

Основная часть. Инновационные возможности необходимо выявлять в сферах, где предприятие будет иметь явное конкурентное преимущество, а именно на пути:

- интенсивного роста в масштабах нынешней товарно-рыночной деятельности (более глубокое проникновение на рынок, расширение границ своего рынка или совершенствование товара и товарного ассортимента);
- интеграционного роста в рамках отрасли (регрессивная, прогрессивная или горизонтальная интеграция);

- диверсификационного роста (концентрическая, горизонтальная или конгломератная диверсификация).

Огромные инновационные возможности в коммерческой сфере предлагает Интернет и другие информационные технологии.

Различают, также виды ИМ в зависимости от метода исследования (табл. 1).

Таблица 1

Классификация видов инновационного маркетинга по методу исследования

№	Вид	Описание
1	Внутренний маркетинг инноваций	Представляет собой исследование рыночных и маркетинговых возможностей относительно их реализации для налаживания инновационной деятельности предприятий.
2	Международный маркетинг инноваций	Способность предприятия к реализации инновационных товаров, новых технологий и новых форм научно-технического кооперирования на основе лицензионной и патентной форм международной торговли путем использования международных стандартов ведения бизнеса, теории и инструментария международного маркетинга.
3	Маркетинг контрактных (научных) исследований	Выявление возможностей реализации научных результатов наукоемких организаций под воздействием достижений научно-технического прогресса с учетом потребностей конечных потребителей. Маркетинг рисковых исследований и инноваций – отслеживание соотношения спроса и предложения на инновации, количества заключенных сделок, динамики цен на инновации и характера спроса в конкурентном противостоянии.
4	Маркетинг устаревших технологий	Исследование устаревших технологий с точки зрения возможностей выпуска новых товаров для завоевания клиентуры.
5	Маркетинг современных и новых технологий	Исследование маркетинговых возможностей освоения горизонтальной диверсификации инновационного бизнеса при выпуске новых видов, которые технологически не связаны с устаревшей технологией производства, но предназначены для существующей клиентуры. Либо достижение конгломератной диверсификации, когда обеспечивается выход на инновации, которые не связаны ни с существующими товарами, ни с существующими клиентами.
6	Стратегический маркетинг в инновационной сфере	Стратегические намерения фирмы по поводу достижения маркетинговой координации на рынках продуктов, капитала, труда и технологий с целью приспособления к рынку для достижения конкурентных преимуществ инновационного предприятия. Стратегический маркетинг бывает: регулярный и санационный.
6	Тактический маркетинг	Способ вывода новых продуктов путем выхода из одного продуктового ряда и вхождения на другой.

В настоящее время направления инновационного маркетинга имеют широкое распространение по всему миру, к ним относится:

- использование искусственного интеллекта. На смену привычным сообщениям на сайте приходят чат-боты, отличающиеся своей персонализированностью. Маркетологи начинают внедрять такие онлайн-консультанты, как Intercom и Drift, для более качественной работы с клиентами;

- персонализация сообщений. Благодаря Account-Based Marketing (ABM) возможно создание сообщений для каждого человека индивидуально, с учётом его интересов. С помощью таких платформ, как Adobe и Optimizely маркетологи настраивают рекламу в соцсетях для клиента в виде конкретного фрагмента контента.

- Использование блокчейн. Благодаря использованию платформы adChain станет возможным размещения рекламы на сайтах, не применяющих мошеннические схемы;

- интеграция маркетинговых активностей в цикл жизни человека. Цель её заключается в создании управляемой стратегии контактов или коммуникаций с помощью персонализированных обращений и ретаргетинга, чтобы поддержать будущих и настоящих клиентов на их пути к осуществлению покупки. Использование мессенджера в качестве канала коммуникации.

К примеру, PizzaHut таким образом использует приложение для резервирования мест в ресторанах, IKEA применяет мессенджеры для изучения своей целевой аудитории.

Разработка маркетологами контента для дополненной реальности. Ввиду появления iPhone 8 и iPhone X стали активно изучаться возможности дополненной реальности. Маркетологи начинают работать со спонсируемым и брендированным AR-контентом.

Рекламные ролики внутри беспилотного авто – новый канал взаимодействия с клиентом. Владельцы автомобиля во время поездок теперь смогут потреблять контент, знакомиться с рекламой в машине.

Применение прогнозной аналитики.

Такой инструмент, как Infer, «сканирует» веб-страницы, имея только адрес электронной почты, и определяет готовность к покупке. Использование BigData для определения желаний и потребностей клиентов.

Дроны – новый канал коммуникации маркетинга. Под новым понятием дронвертайзинг следует понимать рекламу, парящую в воздухе.

Рассмотрим направления инновационного маркетинга ведущих мировых компаний (табл.2).

Как мы видим, маркетинговые стратегии всех этих брендов объединяет одно общее качество – инновации.

Эффективный цифровой маркетинг требует, чтобы бренды приспосабливались к изменениям и пользовались новыми возможностями.

Способность ввести новшества позволяет компаниям генерировать новые идеи и проводить в жизнь их.

Таблица 2

Применение инновационного маркетинга на примере ведущих мировых компаний

Направления ИМ в деятельности компании	
IKEA	В 2013 компания запустила приложение «Каталог», которое предоставило пользовательский доступ к материально-техническим ресурсам компании, и, используя виртуальную реальность, позволило посетителям оценивать, как мебель смотрится в их доме. Также компанией была введена платформа, которая помогла клиенту продать подержанную мебель, помогая пользователям сделать фотографии и открывать страницы Facebook бренда, действуя как рынок Интернет-коммерции.
VIRGIN AMERICA	Virgin America регулярно проводят исследования с фокус-группами. У них есть группа из 30 наиболее часто летающих пассажиров и предпринимателей, которые генерируют идеи для авиакомпании в обмен на флаеры. Как прямой результат их обратной связи, Virgin America позволила своим пассажирам выходить во время продолжительного полета в социальные сети. Авиакомпания произвела шестичасовое видео, детализирующее весь опыт в полете в вымышленных скучных авиакомпаниях. Подробное содержание поддерживалось веб-сайтом и учетными записями на каналах средств социального общения, включая Twitter и Instagram.
Instagram	У Instagram есть сродство с интуитивными отраслями, такими как мода, дизайн и прочее. Платформа предоставила возможность увеличить глубину представления информации, например, показав закулисные фотографии или изображения обратной стороны фэшн-мира – изображения фотографов, визажистов и блоггеров. Платформа реализовала инновационные методы и заняла свою нишу. Функция «Исследовать» показывает персонализированные каналы пользователей. Приложение «Hyperlapse» для видеозаписи совершенно для создания видео о рутине make-up. Сегодня, 86 процентов главных мировых брендов активны на этой платформе.
L'Oréal	L'Oréal понимает, что обеспечение потребителей цифровой эры предварительного этапа перед покупкой так же важно, как наличие демонстрационных продуктов. Поэтому они спроектировали приложение Makeup Genius L'Oréal, которое позволяет пользователям создавать цифровой макияж. Бренд также проявил смелость в других цифровых каналах, создав уникальный контент по ЭМ-косметике для влиятельного блоггера Michelle Phan.

Из вышеперечисленных примеров видно, что инновации – невероятно ценный товар для брендов цифровой эры.

Фокусировка на клиенте и инновационных маркетинговых практиках, позволяют брендам проектировать поведение и предусмотреть желания потребителей. Причем, совершенно неожиданными способами.

Заключение. В современных условиях, существование успешной фирмы неразрывно связанно с внедрением инновационных процессов в маркетинговую деятельность фирмы. Благодаря интеграции инновационных методов с высокими показателями качества и надежности, компания получает возможность максимально использовать открывающиеся во внешней среде возможности.

Список литературы

1. Тян Е.Г. Потребительская оценка совокупной ценности инновационного продукта в условиях ускоряющихся рыночных изменений / Е.Г. Тян // Маркетинг в России и за рубежом, № 1. – 2013. – 126 с.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – Пер. с французского. СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
3. Демченко А. Маркетинговые инновации в условиях кризиса / А. Демченко // Маркетинг, № 1. – 2009. – 165 с.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

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

Введение. Мировой опыт показывает, что экономическому росту и социальному развитию современного общества способствует практическое применение идей в виде инновационных товаров, услуг и технологий, которые выступают результатом научно-технического прогресса. С одной стороны, стремление человека облегчить свой труд, прикладываемый к получению потребительских благ, а с другой, создание новых товаров, удовлетворяющих даже самые «изысканные» его потребности является драйвером и решающим фактором развития инноваций.

Цель исследования – обоснование теоретико-методических положений и рекомендаций, направленных на внедрение маркетинговых инноваций для создания и функционирования успешного бизнеса.

Основная часть. На современном этапе развития эффективность экономической деятельности компаний обуславливается вектором внедрения инноваций не только в сферу производства, но и в систему управления предприятием. Результативность деятельности службы маркетинга зависит от использования маркетинговых инноваций, поскольку инновации ведут к созданию совершенно новых продуктов, которые чаще всего пользуются большим спросом у потребителей и играют главную роль в конкурентоспособности компании и завоеванию ей лидерских позиций на рынке.

Основными факторами внешней среды, которые могут способствовать внедрению инноваций являются:

1) роль потребителей: инновации в сфере торговли будут иметь успех, если текущие потребности покупателей будут полностью удовлетворены;

2) нормативно-правовая база бизнес-среды: актуализация законодательства необходима для интенсификации инновационных процессов в народном хозяйстве в целом, в том числе в торговле;

3) наличие фактора конкуренции, оптимизация логистики, совершенствования коммуникационных и информационных технологий, обеспечивающих введение товаров с новыми свойствами.

Как отмечают Ж.А. Ермакова, Н.В. Белоцерковская и О.П. Иванченко, инновационный маркетинг — это отдельное направление в современном маркетинге, основанное на применении инновационных методов и технологий, свойственных маркетингу [1]. Для разных аспектов маркетинговой деятельности (маркетинга закупок и продуктов, маркетинга малого и среднего бизнеса, и др.) имеются свои сущностные особенности функционирования и использования отдельных технологий и приемов инновационного маркетинга. Объектом в инновационном маркетинге является существующий товар (услуга) или инновация. В качестве технологий в инновационном маркетинге выступают инновационные маркетинговые технологии.

Внедрение маркетинговых инноваций требует системного подхода, то есть применение инновационных инструментов ко всем составляющим маркетингового комплекса (marketing mix) в сочетании с технологическими производственными процессами. Важно отметить, что к маркетинговым инновациям Б.Н. Киселев и В.В. Дягтерева отнесли:

1) формы и методы продвижения научно-технических инноваций и формирование новых рынков (вторичных инноваций в области маркетинга, обусловленные процессом науки, техники и технологии);

2) новые способы стимулирования потребительской активности (чистые организационно-управленческие инновации в области маркетинга);

3) комбинированные подходы в области маркетинга, включающие оба вышеперечисленных направления в области маркетинговых инноваций [2].

Разработка и принятие маркетинговых решений должно базироваться на комплекс инновационного маркетинга. Как отмечает В.Д.Секерин, комплекс инновационного маркетинга представляет собой совокупность практических мер воздействия на целевой рынок и потенциального потребителя инновации, а также своевременного гибкого реагирования на изменения в предпочтениях потребителей и конкурентную среду [3].

Среди основных инновационных решений в комплексе маркетинга можно выделить:

- товар – изменение вкуса и дизайна продукта, новая упаковка;

- цена – новые модели ценообразования (издержкоориентированная модель ценообразования, метод установления цены на основании ощущаемой «ценности» товара и т.д.);

- продвижение – использование инновационных методов продвижения (инновационные технологии продвижения продукции в Интернете: промо-игры, вирусные ролики, маркетинг в социальных сетях, подкастинги, реклама в социальных сетях и т.д.);

- распределение – новые каналы распределения, а также новые модели работы с традиционными каналами.

Комплекс инновационного маркетинга включает разработку инновационной стратегии, анализ рынка и оперативный маркетинг и состоит из семи принципиальных этапов, изображенных на схеме (рис. 1).

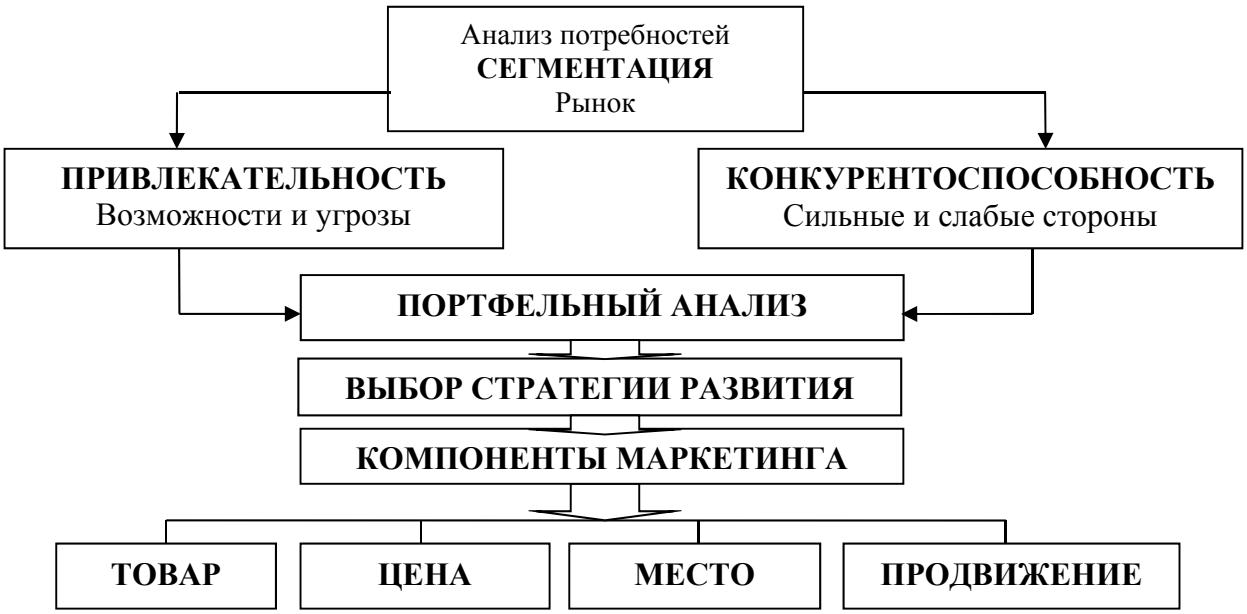


Рис. 1. Этапы разработки комплекса инновационного маркетинга

Заключение. Таким образом, маркетинг инноваций является основой исследования рынка и поисков конкурентной стратегии предприятия. Комплекс инновационного маркетинга включает формирование инновационной стратегии, анализ рынка и текущий маркетинг во взаимосвязи с комплексом маркетинга.

Список литературы

1. Ермакова Ж.А. Содержание и соотношение понятий: маркетинг инноваций, инновационный маркетинг, маркетинговые инновации [Текст] / Ж.А.Ермакова, Н.В.Белоцерковская, О.П.Иванченко // Инновации. – 2014. – № 6. – С. 49-54.
2. Киселев Б.Н. Стратегические факторы успеха маркетинговых инноваций [Текст] / Б.Н.Киселев, В.В.Дегтярева // Маркетинг. – 2007. – № 5. – С. 50-59.
3. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: [учебник] / В.Д.Секерин. – М.: Изд-во: Инфра, 2012. – 235 с.

УДК 339.138

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-СИСТЕМ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ И ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОГРАММ

***Конкина В.С.*[1], канд. экон. наук, доцент,**
***Минат В.Н.*[2], канд. геогр. наук, доцент, *Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет, имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Решение задач повышения лояльности клиентов и оптимизации маркетинговых программ требует накопления и обработки больших объемов информации. Поэтому совершенно естественно встает вопрос о необходимости применении современных информационных технологий.

Основная часть. Одной из стратегий активизации долговременных контактов с существующими, а также потенциальными клиентами является концепция CRM (Customer Relationship Management – Управление Взаимоотношениями с Клиентами), которая предполагает использование передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания собирает данные о своих клиентах на всех стадиях взаимоотношений (привлечение, удержание, лояльность), извлекает из них знания и использует их в интересах своего бизнеса путем выстраивания взаимовыгодных отношений с ними. С экономической точки зрения основным назначением концепции CRM является формирование маркетинговых инструментов оптимизации взаимоотношений с клиентами в целях увеличения выручки от реализации за счет повышения лояльности клиентов, снижения расходов на обслуживание продаж и дистрибуцию, снижения расходов на клиентское обслуживание.

С точки зрения информационных технологий концепция CRM реализуется комплексом программно-аппаратных приложений (обычно именуемым в литературе CRM-системой), связанных единой бизнес-логикой и интегрированных в информационную среду компании на основе единой базы данных [2].

Основные преимущества использования CRM-технологий (табл. 1) заключаются в предоставляемых ими возможностях по идентификации и дифференциации клиентов, обеспечивающих эффективное взаимодействие с ними на основе персонализации взаимоотношений [2].

Существенным для оптимизации работы компании в целом является то, что интегрированная CRM-система обеспечивает координацию

действий различных отделов, обеспечивая их общей платформой для взаимодействия с клиентами. Это позволяет исправить ситуацию, когда отделы маркетинга, продаж и сервиса действуют независимо друг от друга, а их действия несогласованны. Кроме того, автоматизация создает предпосылки для преодоления различных ошибок персонала: от «забыл позвонить» до «перепутал номер заказа».

Таблица 1

Возможные выгоды от внедрения CRM-технологий

	Идентификация	Дифференциация	Взаимодействие	Персонализация
Источник выгод	Оперативная верифицированная информация о клиенте. Учет особенностей запросов конкретных клиентов.	Определение потребностей конкретных клиентских групп.	Обеспечение лояльности клиентов за счет повышения удовлетворенности взаимодействием.	Повышение лояльности клиентов за счет индивидуализации взаимоотношений.
Выгоды	Помощь торговым представителям. Перекрестные продажи.	Экономически эффективные маркетинговые мероприятия. Снижение расходов на рекламные рассылки.	Экономически эффективная организация обслуживания клиентов.	Снижение расходов на привлечение новых клиентов и сопровождение имеющихся. Повышение ценности клиента.

Анализ времени и затрат на разные этапы и фазы продаж позволяет добиться сокращения издержек. Выявление приоритетных клиентов по разным критериям (например, доход/затраты) позволяет повысить доходность работы каналов сбыта. Выявление типичных проблем / запросов клиентов, выработка типичных сценариев решения клиентских проблем позволяют минимизировать время реакции персонала и повысить удовлетворенность клиента. Анализ каналов продаж позволяет выявить проблемные отделы и бизнес-процессы, понять на чем надо сосредоточить усилия, как провести реструктуризацию проблемной области (подразделения) и т.д. [1].

Особый эффект дает использование CRM-систем, комплексно взаимодействующих с другими подсистемами информационных систем управления предприятиями (ИСУП).

Более точное прогнозирование сбыта за счет использования CRM-систем позволяет более эффективно управлять финансовыми ресурсами предприятия, строить более обоснованные бюджеты. Это связано с тем, что составление системы бюджетов, как правило, начинается с составления

бюджета продаж, от которого в значительной степени зависят и все остальные бюджеты предприятия.

Одной из основных болевых точек управления на большинстве российских предприятий (особенно производственных) является проблема дебиторской задолженности, вызванной неплатежами покупателей. CRM-система, во взаимодействии с модулями других подсистем ИСУП, дает возможность классифицировать клиентов-дебиторов по различным критериям: величине задолженности, степени платежеспособности, географическому и отраслевому признакам, видам проданных товаров, предоставленных услуг и т.д. Благодаря развитому аналитическому учету и хранению детализированной информации в базе данных за различные периоды открывается возможность отслеживания динамики изменения дебиторской задолженности по отдельным клиентам, их группам, выделенным по региональному и/или отраслевому признакам, в разрезе видов продукции и услуг, каналов сбыта и т.д. Соответствующие данные могут послужить основой для выработки решений по организации взаимоотношений с конкретными клиентами, в частности, по условиям предоставления товарных кредитов и, следовательно, способствовать сокращению дебиторской задолженности до разумных пределов, ускорению ее оборачиваемости.

Заключение. Проведенное исследование показывает, что внедрение CRM-систем позволяет: снизить административные издержки на 10-20 %, увеличить объемы продаж на 10-30 % в год на одного менеджера и увеличить число заключенных сделок на 5-15 %.

Основным преимуществом, получаемым в результате внедрения CRM-систем является возможность персонализации обслуживания клиентов, что приводит к общему увеличению объема продаж компании. За счет более эффективной организации работы клиентского отдела достигается сокращение административных, операционных и временных затрат на подготовку и осуществление сделок. В свою очередь, ускорение процессов заключения сделок и контроль над всеми этапами их осуществления позволяет добиться увеличения объемов продаж и числа заключенных сделок.

Список литературы

1. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н.Минат. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
2. Тен А.В. Роль информационных технологий при решении задач оптимизации взаимоотношений с клиентами / А.В.Тен // Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 148-151.

УДК 339.138

ВОПРОСЫ ИМИДЖА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЕСТОРАТОРА

***Кострова Ю.Б.*[1],** канд. экон. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[2]**, канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[3]**
[1]ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте»,
филиал в городе Рязани, г. Рязань, РФ
[2]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[3]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Сегодня многие рестораторы, выходя на рынок услуг общественного питания, выбирают сразу несколько направления и стараются одновременно заполнить как можно больше ниш. Это связанно с тем, что зачастую просто невозможно предугадать, какое именно направление будет пользоваться наибольшим успехом. В результате, главным условием в конкурентной борьбе, является хорошо продуманная стратегия выхода на рынок и грамотная, отработанная до мелочей общая концепция заведения, при создании которой нужно максимально отстраниться от своих вкусов, настроений, привычек и симпатий.

Основная часть. Практика показывает, что в России все более актуальными становятся рестораны, имеющие в своем арсенале открытую кухню. Такие заведения в последнее время пользуются особой популярностью. Зачастую заведения такого рода называют рестораны с шоу-кухней, где гостям предлагается не только насладиться вкусом кулинарных шедевров, но стать участниками их приготовления. Популярность таких заведений объясняется тем, что современным гурманам уже не достаточно просто пообедать или поужинать в ресторане, им интересно наблюдать, а в некоторых случаях и принимать непосредственное участие в процессе превращения обычных продуктов в удивительные кулинарные шедевры.

Подобная открытость кухни повышает не только доверие к ресторану, но и снимает сомнения по поводу качества продуктов, а также смягчает атмосферу ожидания гостем заказа. Кроме того, открытая кухня является эффектным элементом общего интерьера торгового зала, своеобразной сценой, где в главной роли выступает шеф-повар. Особенность открытой кухни проявляется в том, что она одинаково гармонично вписывается в концепции как демократичного заведения фаст-фуда, так и ресторана высокой кухни. В тоже время такой тип кухни практически несовместим с ночным клубом. Открытая кухня ресторана всегда является стержнем концепции заведения [1].

Отдельно следует отметить, что данная особенность ведения бизнеса способствует повышению конкурентоспособности предприятий на рынке ресторанного бизнеса.

В последнее время специалистам приходиться все чаще оборудовать рестораны с открытой кухней. Практика показывает, что важным элементом открытой кухни, которому необходимо уделять повешенное внимание в период проектирования – это вытяжка и вентиляция. В свою очередь, оборудование открытой кухни должно быть хорошо оснащено вентиляцией и в несколько раз превышать размер теплового оборудования. Кроме того, для правильной эксплуатации теплового оборудования необходимо устанавливать вытяжные зонты, которые могут быть пристенными и центральными. Наиболее приемлемым вариантом является приточно-вытяжная вентиляция, благодаря которой запах и тепло от технологического оборудования не распространятся по всему помещению ресторана. К ресторанам с открытой кухней предъявляются более высокие требования пожарной безопасности, для решения данных вопросов необходимо еще на начальной стадии проекта разработать автоматические системы пожаротушения кухонного оборудования и воздуховодов. В действующих ресторанах системы пожаротушения кухонного оборудования и воздуховодов должны быть полностью автономны и подавлять пожар путем распыления огнетушащего жидкого состава не только на кухонные поверхности, но и на пылеуловители и вытяжную систему. Также в системе пожаротушения должны быть предусмотрены сухие контакты для отключения электрического оборудования и передачи сигнала на станцию пожарной сигнализации здания [2].

Чаще всего открытая кухня выглядит как часть производственных помещений, и многие виды оборудования традиционно устанавливаются на виду у посетителей. Например, мангал, угольный гриль, барбекю или очага с вертелом, печь для хлеба или пиццы.

На сегодняшний день, все большую популярность приобретают блюда, которые доготавливаются прямо при посетителе пришедших к нам из французской и швейцарской кухни «фондю» и «фламбе». И то и другое готовиться на специальных приспособлениях, выносимых прямо к столику посетителя. Для фламбе используются доготовочные тележки, а для фондю используется оборудование непосредственно на столе. В тоже время повара могут использовать и другое оборудование – это аппараты для приготовления блинов или пончиков, оборудование для приготовления суси и сасими (рисоварка, термос для готового риса, рабочий стол, суси-кейс), электрическая коптильня, пиццерийная станция. При подборе оборудования для открытой кухни стоит делать ставку на модульное оборудование, чтобы все смотрелось единым ансамблем. В любом случае открытую кухню нельзя сделать дешево, все должно быть безупречным. Ведь непросто в течение всего рабочего дня поддерживать чистоту и

эстетическую привлекательность кухни. При организации в ресторане открытой кухни следует тщательно следить за чистотой и дисциплиной в производственной зоне. Шеф-повар должен быть аккуратно и стильно одет, обладать хорошими манерами и обладать изрядной долей артистизма. Ведь он фактически находится в центре внимания и является лицом ресторана. И, конечно, повар должен быть профессионалом высшего класса. У него нет права на ошибку, так как весь процесс приготовления блюд происходит на глазах у гостей.

Заключение. Можем сделать вывод, что концепция открытой кухни имеет несколько вариантов воплощения.

Вариант первый, открытая кухня является частью производственных помещений и отгораживается от зала стеклянной дизайнерской стеной или панорамным окном.

Вариант второй, открытая кухня полностью оборудована непосредственно в зале.

В этих двух вариантах, как правило, на всеобщее обозрение не выносятся складские и моечные помещения.

Вариант третий, в зале размещается только та часть кухни, которая иллюстрирует конечную стадию приготовления блюд. В данном случае производство делится на открытые и закрытые зоны. В зал выносятся более зрелищные виды оборудования, к которым можно отнести мангал или лава-гриль, печь для хлеба.

Вариант четвертый, предполагает размещение оборудования открытой кухни вдоль линии раздачи, благодаря чему посетитель, идущий с подносом и выбирающий уже готовые блюда, одновременно наблюдает за их приготовлением.

На практике наиболее приемлемым вариантом, который выбирают большинство рестораторов, является третий вариант, специализирующийся на демонстрации последней стадии приготовления блюда, поскольку эта стадия является наиболее эстетичной и зрелищной.

Список литературы

1. Аксенова Е.С. Методы оценки качества и проблемы управления безопасностью пищевой продукции / Е.С.Аксенова, В.Н.Минат // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. науч. – практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. 2019. – С. 8-14.
2. Малышкина Е.А. Формирование имиджа как фактор его конкурентоспособности / Е.А. Малышкина // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю.Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 84-88.

УДК 339.138:159.9.072.532-053.2

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Молохова Я.О., канд. экон. наук, ***Торубай В.В.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
zczvjk@mail.ru

Введение. Маркетинг представляет собой деятельность, которая доказала свою эффективность на практике не только в области экономики, но и в других сферах. Под влиянием различных факторов происходит его постоянное развитие, которое можно наблюдать в новых концепциях, методах, теориях и подходах. Однако все они базируются на базовых направлениях, трансформируясь в новые тенденции. В данной работе перечислены те перспективные направления развития маркетинга в Донецкой Народной Республике, которые помогут в дальнейшем использовать новейшие методики.

Цель – сформировать представления о наиболее перспективных направлениях развития маркетинга в Донецкой Народной Республике и обосновать причину данного выбора.

Основная часть. Для того чтобы развитие предприятий ДНР не отставало от зарубежных фирм, необходим постоянный мониторинг современных тенденций в области маркетинга на внешних рынках. Это объясняется тем, что маркетинг – это деятельность, позволяющая изучить потребности всех интересующих клиентов и потребителей с целью удовлетворения их нужд посредством предложения именно тех товаров и услуг, в которых они нуждаются. Это, в свою очередь, позволяет отечественным предприятиям функционировать наравне с иностранными конкурентами и, таким образом, достигать желаемых результатов.

Маркетинг представляет собой вид деятельности, который непрерывно модернизируется за счет достижений в сфере информационных технологий, науки и техники, а также постоянно меняющихся предпочтений общества. Таким образом, стоит проанализировать его основополагающие тенденции развития, а также предложить варианты их использования на практике на территории Донецкой Народной Республики. К ним относят:

1) использование технологий маркетинга малыми и средними предприятиями. На территории ДНР развитие малого и среднего бизнеса является одной из главнейших задач экономики. Тем не менее, невозможно не заметить, что данные предприятия в недостаточной степени используют маркетинг и возможности, которые он дает, в своей деятельности. Как следствие, можно наблюдать отсутствие лояльных клиентов, неумение выявить и удовлетворить потребности общества, и другие подобные

факторы, которые ведут к ликвидации «старых» фирм и появлению новых. Чтобы избежать этого, малым и средним предприятиям следует акцентировать внимание на своем клиенте и, применяя технологии маркетинга, укрепить свое положение на рынке;

2) появление и использование новых концепций рыночной ориентации, которые могут быть направлены на потребителя, на конкурентов, на экологию и т.д. Целью большинства предприятий ДНР является получить желаемый экономический эффект, то есть прибыль. При этом фирмы не делают акцент на определенных аспектах своей деятельности, например, на товаре, его модификации, или на конкурентах и способах борьбы с ними. В данном случае маркетинг позволил бы фирмам ориентироваться на приоритетные объекты и сформировать образ предприятия для его дальнейшего развития;

3) новые подходы и методы, позволяющие объяснять и прогнозировать поведение людей для принятия обоснованных управленческих решений. Понимание своего потребителя – один из ключевых аспектов в маркетинге. Зарубежная практика показывает, что умение знать и применять полученную о поведении своих клиентов информацию является иногда решающим для обеспечения конкуренто-способности предприятия и выхода его на внешние рынки;

4) интенсивное развитие маркетинга в сфере социальных услуг, предлагаемых образовательными учреждениями, общественными и государственными организациями и т.д. Этот аспект позволит некоммерческим предприятиям добиваться поставленных целей с большей эффективностью и в более краткие сроки, применяя новейшие маркетинговые подходы и методы;

5) развитие инструментов маркетинга в ответ на меняющиеся условия рынка, действия конкурентов и потребителей. Чтобы предприятия оставались конкурентоспособными, они должны уметь не только понимать свой рынок, но и адаптироваться к нему. В таких условиях, в дальнейшем возможно будет изменять сам рынок и приспосабливать его под себя;

6) стремление предприятия сфокусироваться на своих ключевых концепциях и конкурентных преимуществах, чтобы добиться лучших показателей в своей отрасли. Таким образом, нужно выявить то уникальное товарное предложение, на которое должно быть ориентировано предприятие, чтобы выделяться среди других;

7) развитие мобильного маркетинга как современного инструмента коммуникаций с клиентами. На сегодняшний день интернет-маркетинг стал не только удобен, но и востребован как производителями, так и потребителями, благодаря удобству и возможности установления коммуникаций с клиентами, партнерами, стейк-холдерами и другими объектами, заинтересованными в деятельности фирмы;

8) минимизация стереотипов в деятельности маркетологов, предполагающая отказ от традиционных действий в пользу новых,

нестандартных и креативных решений. Появление новых методов и приемов предполагает то, что привычные уже не являются такими актуальными, какими они были несколько лет назад. Чтобы продолжать развитие, необходимо идти «в ногу со временем», ориентируясь на современные тенденции и достижения.

Предложенные направления развития маркетинга составляют лишь малую долю тенденций в данной сфере. Тем не менее, данные аспекты можно назвать ключевыми, поскольку большинство современных концепций будут использовать предложенные идеи в качестве базовых, и отталкиваться от них в ходе своей деятельности, что даст возможность дальнейшего развития и совершенствования.

Заключение. Существует множество направлений развития маркетинга на территории Донецкой Народной Республики, но главной задачей в этом вопросе является приведение наиболее базовых направлений развития, уже доказавших свою эффективность, в действие. Как показывает зарубежная практика, исключительно теории в подобных вопросах недостаточно. Необходимо на собственном примере применять основополагающие методики, чтобы в конечном итоге добиться поставленной цели, а в данном случае – развития маркетинга как современной и перспективной деятельности в экономике ДНР.

Список литературы

1. Поляков В.А. Направления развития современного маркетинга / В.А.Поляков, И.В.Фомичева, О.В.Юдина // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2017. – №4.-1. – С. 200-210.
2. Саввиди Г.И. Проблемы и перспективы развития маркетинга в России // Вестник РГЭУ РИНХ. – 2017. – №4 (60). – С. 64-68.
3. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С.В.Карпова, С.П. Азарова, А.А. Арский и др. — М.: Издательство Юрайт, 2017. – 457 с.

УДК 331.108

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ, КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ ДНР

***Петенко И.В.*[1],** д-р экон. наук, профессор,
***Петенко А.В.*[2],** канд. экон. наук, доцент
[1]ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
[2]ГОУ ВПО «Донецкая государственная академия управления и государственной службы при Главе», г. Донецк, ДНР
ipetenko@mail.ru

Введение. Одним из главных направлений деятельности государства на пути реформирования экономики является обеспечение надлежащего

качества жизни населения. При этом роль ведущего звена отводится не предприятиям, а регионам и городам как специализированным воспроизводительным системам. Однако все чаще высказывается мысль, что например ВВП, как обобщающий показатель не способен охватить все жизненно важные аспекты социальной направленности. Известно, что ВВП отвечает общей стоимости годового потока товаров и услуг, созданных в экономике, в том числе стоимости социальных благ (продовольствие, жилье и др.), и видов социального неблагополучия (стоимость загрязнения окружающей среды, ДТП, болезней и неработоспособности и др.). А поскольку каждый из этих товаров и услуг связан со значительным потреблением не возобновляемых ресурсов, в первую очередь топливно-энергетических, то в данный момент ВВП, главным образом служит мерой интенсивности затраты природных (материальных и топливно-энергетических) ресурсов и трансформации их в движение капитала. Исходя из этого, можно сделать вывод, что ВВП не достаточно рассматривать как меру национального богатства, качества жизни населения. Поэтому проблема оценивания качества жизни населения актуальна.

Цель – обосновать новые подходы к выбору стратегии развития региона.

Основная часть. В условиях чаще всего плохо контролируемых расходов топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) задание обеспечения устойчивого развития региона при обеспечении соответствующего качества жизни населения (КЖН) может рассматриваться как задание снижения энергоемкости региональной экономики при сохранении и наращивании темпов роста ВВП. Решение сформулированного таким образом задания может быть обеспечено за счет экономически целесообразного и социально значимого энергосбережения на всех уровнях экономической системы. Выходя из сформулированного видения использования ТЭР с целью обеспечения достойного КЖН автор сформулировал задание исследования таким способом. Используя показатели КЖН, ориентированные на конкретного человека, а также показатели использования ТЭР, разработан подход к оценке экономической эффективности энергосберегающих мероприятий и сформулированы аналитические зависимости между величинами сэкономленных ТЕР и показателями КЖН, а также получены реальные оценки эффективности энергосберегающих мероприятий для Донецкого региона.

Все страны подчиняются общей закономерности: повышение валового национального продукта, который приходится на душу населения, достигается за счет снижения энергоемкости его единицы. Проблема чрезмерной энергозатратности экономики не является конкретно-отраслевой, она касается всех взаимозависимых отраслей промышленности государства. Поэтому существует необходимость комплексного подхода к энергосбережению, который бы позволял соотносить

направления в сфере энергосбережения с приоритетными заданиями экономической политики. Следует отметить, что планирование и управление программами энергосбережения не является самоцелью, оно является средством достижения первичных целей государства – обеспечения необходимого КЖН. В связи с этим должны измениться и методики оценки экономического эффекта, получаемого от энергосбережения. Поэтому от простого расчета и констатации факта, сколько было потрачено на энергосберегающие мероприятия, сколько было получено экономии, стоит перейти на макроэкономический эффект от проведения соответствующих мероприятий. Другими словами, оценить, насколько вырастает душевой доход населения страны и региона от внедрения тех или других энергосберегающих технологий. Повышение КЖН следует рассматривать в непосредственной связи с частью ВВП, который придется на душу населения. При этом важно отметить, что повышение КЖН происходит через снижение его энергоемкости. В отличие от статичной диаграммы по показателям «душевой ВВП» – «энергоемкость единицы ВВП», автором предлагается своего рода «динамическая» модель, где в тех же координатных осях будет последовательно отмечаться состояние региона по показателям за ряд лет. Такое расположение даст возможность не только сравнить тот или другой регион относительно других, но и проследить тенденции в реализации ряда энергосберегающих мероприятий и макроэкономический эффект, который достигается ими, связанный с повышением КЖН.

Для получения количественных оценок влияния эффекта энергосбережения на показатели КЖН воспользуемся аппаратом регрессионно-корреляционного анализа и построим уравнение регрессии зависимости повышения душевого ВРП от снижения его энергоемкости. Коэффициент пропорциональности при переменной, которая отражает энергоемкость, показывает величину повышения душевого ВРП при снижении энергоемкости на установленную величину. Предлагаемый подход имеет универсальный характер и не зависит от выбранного региона или страны.

Этот подход дает оценку увеличения душевого дохода каждого жителя региона в зависимости от стоимости сэкономленных ТЭР. Поэтому полученные эконометрические зависимости следует рассматривать как выражение эффективности использования ТЭР в производственной сфере, что в конечном счете влияет на всю социальную инфраструктуру региона, эффективность которой может быть оценена индексом КЖН, независимо от используемых методик расчета таких индексов.

Список литературы

1. Айвазян С.А. К методологии измерения синтетических категорий качества жизни населения/ С.А. Айвазян // Экономика и математические методы. – 2003. – Т. 39, № 2. – С. 19-38.

2. Айвазян С.А. Эмпирический анализ синтетических категорий качества жизни населения/ С.А. Айвазян // Экономика и математические методы. – 2003. – Т. 39, № 3. – С. 11-27.
3. Пчелинцев О.С Региональные условия экономического роста / О.С.Пчелинцев // Проблемы прогнозирования. – 2004. – № 3. – С. 9-16.
4. Фальман В.К. О методах измерения экономического роста/ В.К. Фальман // Экономика и математические методы. – 1999. – Т. 35 – № 3. – С. 5-15.
5. Феоктистов Д.В. Методология оценки уровня и качества жизни населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kodeks.pirit.sibtel.ru.7nic/200211/021.htm.

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ

Ракульцев К.Б., Таратенко А.А.
ГОУ ВПО «Донецкое высшее общевойсковое командное училище», г. Донецк, ДНР
info@donvoku.com

Введение. Осуществляемые в ДНР радикальные экономические преобразования, динамичные инновационные процессы во всех сферах деятельности обуславливают то, что традиционных подходов планирования деятельности и управления человеческим капиталом Вооруженных силстановится явно недостаточно.

Целью исследования является формирование нового подхода к управлению войсками и, прежде всего, определение вклада конкретного служащего в обеспечение результата, оценка его человеческого капитала и степень его использования в процессе выполнения должностных обязанностей.

Основные результаты. Отметим, что показателем развития оборонного сектора любого государства является наличие в её потенциале развитой инфраструктуры, современных информационных технологий, качественной правовой базы и высококвалифицированных кадров.

Традиционное управление военной деятельностью основывается на неизменном следовании правилам и процедурам. Оценка действий военнослужащих происходит в значительной мере по критериям того, насколько четко были соблюдены существующие инструкции. Это зачастую заслоняет возможность оценки результативности деятельности военных органов в степени достижения целей.

Ключевым вопросом должен стать вопрос о том, в какой степени достигнуты поставленные цели и соответствуют ли затраты полученным результатам, как используется человеческий ресурс, каково отношение населения к результатам работы военных органов. А также, использование

комплексного подхода к оценке деятельности военнослужащих, поможет выявить факторы, влияющие на конечный результат и как следствие скорректировать их негативное воздействие.

Именно поэтому формирование модели комплексной оценки в вооруженных силах занимает ключевое значение при реализации стратегии маркетинга персонала.

Так, под показателем результативности в самом широком смысле понимают описательный или количественный индикатор, характеризующий результат деятельности или успешность движения к достижению поставленной цели [1, с. 154].Реализация стратегии маркетинга персонала предполагает, что под результатами должна пониматься степень достижения поставленных целей и количественное соотношение результатов и затрат, а также эффект «обратной связи», т.е. отношение и оценка населением деятельности военной службы.

Это предполагает, в свою очередь, стоимостную оценку всех происходящих процессов и выполняемых функций и трансформацию в сторону процессно-стоимостного управления, что раньше было типично только для коммерческого сектора.

Таким образом, результативность следует понимать, как меру эффективности, которая характеризуется достижением результата либо цели военной деятельности или степенью приближения к ней.

Результативность военной деятельности определяется значениями показателей, отражающих достигнутый конечный результат труда [2, с. 199].

Методы оценки результативности военной деятельности – это специфические способы и приемы, применяемые для определения степени достижения результатов отдельными служащими, военными органами и т.д. в процессе их деятельности [3, с.528].

Так, система оценки военнослужащегодолжна состоять из двух основных этапов:

1 этап – Оценка военнослужащего на соответствие занимаемой должности, при подборе, аттестации и формировании кадрового резерва.

2 этап – Оценка результатов деятельности военнослужащего.

Рассмотрим содержание и особенности каждого из этапов.

Так, оценка военнослужащего на соответствие занимаемой должности при подборе, аттестации и формировании кадрового резерва, также включает 2 этапа:

1 этап – Массовая оценка претендентов на должность. На данном этапе проводится оценка знаний основ военной гражданской службы, общей грамотности, интеллектуального уровня претендентов. Массовая оценка претендентов на должность может проводиться с применением различных тестовых методик.

2 этап – Индивидуальная оценка претендентов на должность.

На основе индивидуальной оценки должностного лица военным органом делается заключение о соответствии кандидата на должность.

Вторым этапом оценки военнослужащих является оценка результатов их деятельности. Надо отметить, что это наиболее значимый и сложный этап, результаты которого в значительной степени оказывают влияние на развитие человеческого капитала, а также выступают основой принятия решений по развитию и стимулированию служебной деятельности военнослужащих.

Под обобщенными показателями эффективности и результативности профессиональной служебной деятельности понимаются типовые показатели (процессов), общие для многих гражданских служащих. Ими могут выступать показатели, характеризующие сроки подготовки нормативных правовых актов, приема и выдачи документов и так далее.

Под специфическими показателями эффективности и результативности профессиональной служебной деятельности понимаются индивидуально установленные для военнослужащих показатели (непосредственного результата и конечного эффекта), связанные со спецификой военной деятельности. [4, с. 13-24]. Ими могут выступать показатели, характеризующие определенный функционал военнослужащего, связанный с предоставлением военных услуг или принятием значимых административных решений.

Заключение. Так, при реализации стратегии маркетинга персонала создание условий устойчивой мотивации военнослужащих, обеспечивающих их прямую заинтересованность в результатах деятельности, предоставление большего числа полномочий, возможность проявления инициативы и применения профессиональных компетенций, приводит к существенному повышению результативности деятельности военнослужащего

Список литературы

1. Байков Н.М. Кадровый потенциал органов государственной власти и муниципального управления [Текст]: Дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.08/ Н.М. Байков. – Москва, 2002. – 333 с.
2. Бакушев В.В., Демидов Ф. Д. Профессиональное образование в начале нового века и подготовка государственных служащих [Текст]: В надзаг.: Российская академия государственной службы при Президенте РФ / В.В. Бакушев, Ф.Д. Демидов. – М.: Изд-во РАГС 2003. – 124 с.
3. Барамзин С.В. Развитие управления военной деятельностью (Теоретико-методологический аспект) [Текст]: дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05 / Барамзин С.В. – М., 2000. – 305 с.
4. Боброва Е.И. Информационно-коммуникационные технологии в деятельности библиотеки вуза [Текст]: автореф. дисс. ... к.э.н.: 05.25.03. / Е.И. Боброва. – Кемерово. – 2007г. – 27 с.

УДК: 339.35

РОЛЬ УПАКОВКИ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Самарина В.П., д-р экон. наук, профессор, ***Гаврюшина О.П.***
Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал)
Национального исследовательского технологического университета «МИСиС»,
г. Старый Оскол, РФ
gavryushina.olya2016@yandex.ru

Введение. Всем известно, что достаточно сложно создать товар, но куда сложнее его продать. У маркетинга есть множество определений, например, определение маркетинга по Ф. Котлеру означает социальный процесс, с помощью которого компании и индивидуумы обмениваются созданной ценностью с целью удовлетворения своих потребностей [6].

Цель. Одним из важнейших элементов маркетинга является упаковка. Совсем недавно из-за отсутствия конкуренции роль упаковки была незначительна [1; 4; 7]. С развитием же рыночных отношений потребитель стал предъявлять жесткие требования как к товарам, так и к их оболочке.

В связи с этим, актуальность исследования обусловлена тем, что в борьбе за покупателя упаковке отводится одно из ведущих мест. Наряду с названием и ценой, она играет важную коммуникативную роль и значительно облегчает продвижение товара: помогает позиционировать, облегчает узнаваемость, формирует и подкрепляет отличительные черты товара. Фактически тароупаковочные материалы являются представителем производителя в торговом зале.

Объектом исследования является кондитерская фабрика (КФ) «Славянка», расположенная в Белгородской области и выпускающая более 400 наименований сладостей всех категорий.

Белгородская область – это субъект Российских Федерации, расположенный в юго-западной части России. Экономика Белгородской области довольно стабильна [2; 10]. В структуре промышленности пищевая отрасль занимает 21 % [9].

КФ «Славянка» работает на рынке более 85 лет, предлагая потребителям самый широкий выбор высококачественной продукции. Ассортимент фабрики представлен различными наименованиями кондитерских изделий, среди них несомненные лидеры продаж, конфеты торговой марки «Степ» «Чудо», «Мишка на севере», шоколад «Особый», драже «Белочка», детская продукция «Детский сувенир» и др. [5].

Целью работы является изучение влияния тароупаковочных средств кондитерского производства на потребителей.

Для того чтобы ответить на вопрос, насколько удовлетворены покупатели дизайном, качеством и оформлением упаковки продукции КФ

«Славянка», нами был проведен опрос. Респондентами выступили 70 жителей Старого Оскола. Результаты опроса отражены на рисунке 1.

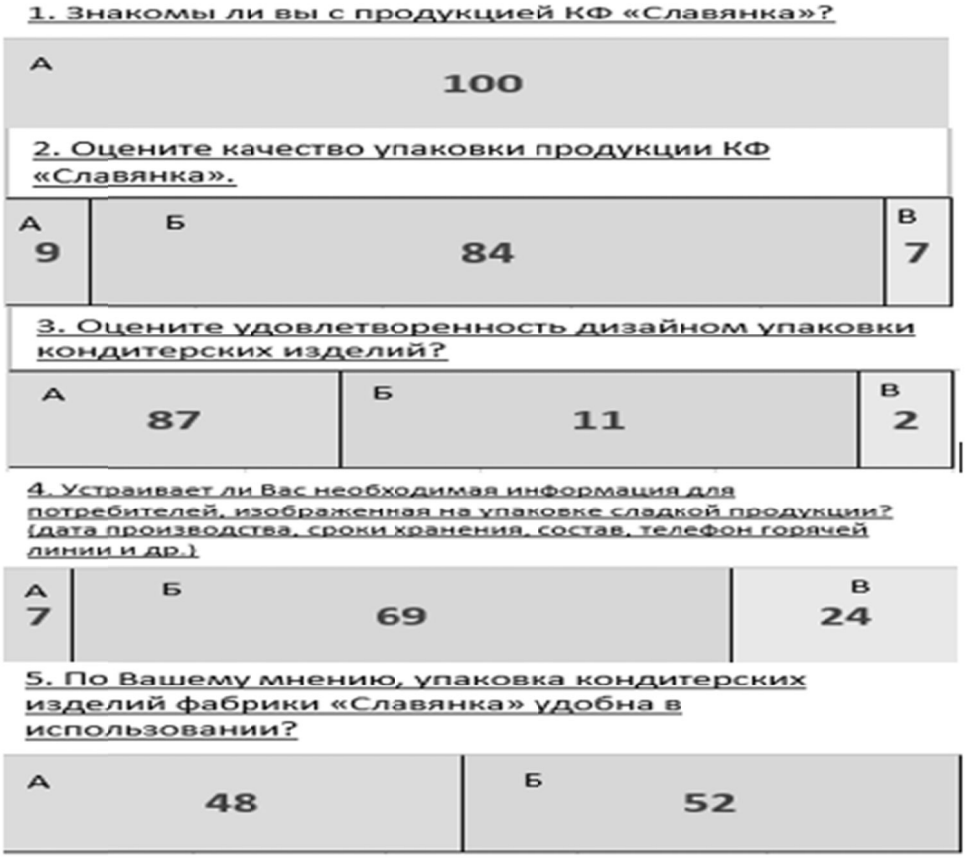


Рис. 1. Результаты исследования, %

Результаты показали, что 100 % опрошенных отметили, что знакомы с продукцией фабрики. Это говорит о том, что жители города осведомлены о бренде предприятия. Известность фабрики распределена по всему городу, отсюда следует, что покупатели могут отдать предпочтение в выборе именно продукции КФ «Славянка».

Качество упаковки можно оценить как хорошее, но не идеальное, т.к. 84% отметили, что качество упаковки их частично устраивает, а 7 % отметили, что полностью не удовлетворены качеством упаковки сладкой продукции. Следует повысить качество упаковки кондитерских изделий путем изменения технических характеристик.

Если говорить про оценку дизайна, то здесь ситуация более благоприятная. Около 87 % опрошенных отметили, что полностью удовлетворены дизайном упаковки продукции КФ «Славянка». Разработка дизайна продукции КФ «Славянка» – это командная работа маркетологов и дизайнеров. Эмоции, возникающие при взаимодействии с упаковкой, мотивируют на приобретение этого продукта и рождают приверженность к определенному бренду [3; 8].

Лишь 7 % жителей отметили удобное и читаемое расположение необходимой информации на упаковке. Следует провести ряд

необходимых действий для решения данной проблемы. К примеру, изменить цвет и размер шрифта для того, чтобы он был лучше читаем. А также более четко указывать данные о массе, производителе, сроках хранения и дате производства. Необходимо указать телефон горячей линии или электронный адрес для подачи жалоб и предложений для установления обратной связи среди потребителей.

Заключение. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что грамотная упаковка – важная составляющая маркетинга кондитерской продукции. Тщательное изучение мнения покупателей, а также выполнение рекомендаций, предложенных выше, поможет компании «Славянка» более подготовлено подойти к вопросу совершенствования упаковки. Это будет способствовать увеличению объемов продаж кондитерских изделий, и в перспективе – расширению рынка сбыта. Мы полагаем, что высказанные нами предложения смогут повысить рост продаж кондитерских изделий. Ведь грамотно упакованная продукция – залог успеха любого предприятия.

Список литературы

1. Агбалян Д.М. Принципы менеджмента в компании MCDONALD'S / Д.М. Агбалян, А.В. Самарин // Молодежь и системная модернизация страны: сборник научных статей 4-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых. – Курск, 2019. – С. 11-14
2. Баранов С.В. Территориальная политика Российской Федерации и неравномерность пространственного развития / С.В.Баранов, В.П.Самарина, Т.А.Шаталова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С. 280.
3. Жильников М.В. Аутсорсинг в России и за рубежом / М.В. Жильников, А.В. Самарин // Будущее науки – 2019: сборник научных статей 7-й Международной молодежной научной конференции. – Курск, 2019. – С. 302-305.
4. Иванов А. Сильный ход. Нестандартные решения в рекламе / А. Иванов. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 216 с.
5. Кондитерская фабрика «Славянка» / [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://slavjanka.ru (дата обращения 03.09.2019).
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб: Питер Ком, 2017. – 896 с.
7. Пометун А. Маркетинг по любви / А. Пометун. – М.: Эксмо, 2019. – 322 с.
8. Самарина В.П. Рискни с идеей! Особенности развития венчурного предпринимательства в России / В.П. Самарина // Российское предпринимательство. – 2008. – № 1. – С. 9-13.
9. Скуфьина Т.П. Особенности социально-экономического развития областей Центрального Черноземья / Т.П. Скуфьина, В.П. Самарина // Федерализм. – 2008. – № 1 (49). – С. 55-66.
10. Samarina V.P. Some problems of anti-recessionary public management in Russia at present / V.P. Samarina, T.P. Skufina, S.V. Baranov, A.V. Samarin // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Т. 6. – № 6. – С. 38-44.

УДК 339.138

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ РЫЧАГ В РЕШЕНИИ АКТУАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОБЛЕМ

Святелик Н.П.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
snp9791@rambler.ru

Введение. В современном мире реклама играет огромную роль в общественной жизни населения. Она сопровождает нас повсюду: продвигает различные товары и услуги, создает имидж фирм и предприятий, привлекает сторонников и последователей новых политических партий и течений. Используя социальную рекламу, государство закладывает в сознание людей определенные общественные нормы, модели поведения, социально значимые ценности, а также правильно созданная социальная реклама позволяет выработать негативное отношение к действиям и поступкам, неприемлемым обществом.

Целью исследования является изучение понятия социальной рекламы как эффективного рычага в решении злободневных общественных проблем на уровне государства в целом.

Основная часть. Возникновение социальной рекламы, как рычага воздействия на поведение человека датируется началом XX века. В то время ее первоочередной задачей было поддержание армии, идеологии правящего режима. И только со второй половины прошлого века социальная реклама начала обращаться к проблемам общества, его здоровью, окружающей среде и т.д., что тоже, прежде всего, было направлено на достижение первоочередных целей и интересов государства.

Социальная реклама является частью маркетинга на государственном и общественном уровнях. Она необходима как простое и доступное средство в решении многих насущных проблем государства и общества в целом. Уровень развития социальной рекламы и эффективность ее воздействия зависит от многих факторов и обстоятельств, а также от заинтересованности государства в качестве взаимоотношений в современном обществе. Необходимо понимать, что в силу иррациональности поведения отдельных индивидов или групп индивидов, есть необходимость в направлении их к «правильному» и выгодному для них же самих поведению. И именно социальная реклама должна развивать социальную ответственность населения и влиять на экономические отношения через важные государственные программы.

В законе «О рекламе» ДНР от 22.12.2017 г. дается следующее определение: социальная реклама – реклама, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств и

направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства [1].

Объектом социальной рекламы обычно является замысел, который несет определенную социальную ценность и ее цель обратить внимание общественности на конкретную проблему и как следствие изменить отношение общества и каждого человека в частности к этой проблеме. Основной стратегической целью данного вида рекламы является создание новых, положительных социальных ценностей.

Эмоциональная составляющая социальной рекламы это важный аспект, который способствует более эффективному восприятию подаваемой информации для аудитории. Поэтому зачастую автор использует шокирующие приемы и образы с целью достичь большего результата с наименьшими временными и финансовыми затратами.

Активное развитие социальной рекламы в государстве совпадает чаще всего с кризисным периодами, военными действиями, нестабильными экономическим и политическим положением в стране.

В зависимости от поставленных целей, социальная реклама может решать следующие группы задач, решение которых выполняют соответствующие функции социальной рекламы (табл. 1) [2].

Актуальные темы, которые нам диктует настоящее время для представления в социальной рекламе, отражает злободневные проблемы современного общества: насилие в семье, профилактика чрезвычайных ситуаций, гражданские права и обязанности (налоги), профилактика личной безопасности граждан и др. Сюжеты социальной рекламы касаются не только сферы деятельности государства и государственных органов, но и сферы межличностных отношений граждан.

Таблица 1

Основные задачи и функции социальной рекламы

	Задачи социальной рекламы	Функции социальной рекламы
1	Создание общественного мнения	Образовательная, воспитательная
2	Привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни	Информационная, воспитательная
3	Стимулирование действий по решению проблем общественной жизни	Агитационная, информационная
4	Поддержка государственной политики	Агитационная, информационная
5	Укрепление институтов гражданского общества	Образовательная, воспитательная
6	Демонстрация социальной ответственности бизнеса	Образовательная, воспитательная, информационная
7	Формирование новых типов общественных отношений	Образовательная, воспитательная, информационная
8	Изменение поведенческих моделей в обществе	Образовательная, воспитательная

Сегодня для размещения социальной рекламы используется широкий спектр носителей, что существенно повышает информированность населения и значительно влияет на действенность рекламы.

Однако хочется сделать акцент на том, что только при помощи социальной рекламы решить все общественные проблемы не является возможным. Для этих целей создаются государственные и общественные организации, применяется целый комплекс управленческих инструментов. Социальная реклама формирует общественное сознание, способствует изменению отношения членов общества к какой-либо проблеме, представляет социальные ценности. В США и европейских странах социальная (общественная) реклама активно участвует в формировании национальной идеологии.

История социальной рекламы представляет совокупность социальных проблем, с которыми сталкивалось общество, страна в конкретный исторический период, демонстрирует пути решения этих проблем. Знание исторических аспектов, специфики, целей и задач современной социальной рекламы даёт возможность её оптимального применения в государственных и общественных интересах при разрешении актуальных проблемных ситуаций [3].

Источником рекламной информации выступает современная общественная жизнь, которая изобилует проблемами, конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп.

Государство и общество в целом приходит к тому, что значение и роль социальной рекламы очень весомое. И если потенциал, который в ней заложен, будет использован в полной мере, это может позволить правильно повлиять на поведенческие установки широких масс населения, привлечь внимание к общественно значимым проблемам, в значительной степени сформировать мировоззрение личности, её ценностные ориентации, взгляды, установки.

Заключение. Подводя итоги можно сказать, не смотря на невысокую долю социальной рекламы в общем потоке сообщений, такая реклама позволяет охватить целый спектр социальных проблем разной направленности и повлиять на их усугубление или развитие.

Список литературы

1. Закон Донецкой Народной республики от 22 декабря 2017 г. № 198-IНС «О рекламе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dnr-online.ru/download/o-reklame-prinyat-postanovleniem-narodnogo-soveta-22-12-2017g-razmeshhen-10-01-2018g/ (Дата обращения 21.09.2019).
2. Социальная реклама. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: https://adindustry.ru/doc/1132 (Дата обращения 21.09.2019).
3. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» и «Реклама» / Г.Г.Николайшвили. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 180 с.

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Чижова Н. Е., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
natalya_chizhova86@mail.ru

Введение. Сегодня компаниям достаточно сложно поддерживать онлайн – репутацию. Через значительное количество сайтов с новостями, форумов для потребителей и социальных сетей очень легко получить негативную оценку со стороны потребителя (возможно, и от недобросовестного конкурента) и испортить свою репутацию даже не подозревая об этом. И если для больших компаний это не будет большой проблемой, ведь они уже давно себя зарекомендовали, то для малого бизнеса, который только вышел на рынок, это может быть край опасно. Значит, важно не просто управлять информацией, которую потребители могут прочитать или увидеть о компании в Интернете, необходимо стремится к ее позитивному развитию в Сети о предприятии и утверждению доброй репутации.

Цель статьи состоит в определении факторов влияния на онлайн – репутацию компании и их эффективное внедрение в стратегию управления компанией.

Основная часть. Важность онлайн – репутации в наше время не может быть недооценена. Благодаря таким сайтам клиент может оставить свой отзыв или критику про заведение, которое он только что посетил. И много компаний уже убедились на собственном опыте, как один негативный отзыв может влиять на прибыль компании. Поэтому каждый предприниматель сегодня заботится о своей онлайн – репутации и защищает ее всеми возможными средствами. Иногда конфликт может даже доходить до суда.

Репутация бренда – это то, с чем потребитель сталкивается чуть ли не каждый день. Это первое впечатление о компании, ее товаре и услуге, которые предлагаются. Первое впечатление о ней порой бывает очень тяжело изменить, особенно негативное. Каждый из нас хотя бы раз в жизни заказывал доставку еды через Интернет. Существует немало сервисов доставки с подобным ассортиментом и одинаково привлекательными ценами и акциями, но мы останавливаем выбор только на одной [2].

Что именно нас в качестве клиента заставило сделать такой выбор, если все предлагают одинаковые условия? Ответ очевиден – это репутация интернет – магазина. Именно ее роль является решающей при выборе потребителя в пользу определенной фирмы. Так какие же аспекты цифрового маркетинга являются решающими в формировании онлайн-репутации?

1. Качественный контент. Возьмем в качестве примера доставку еды на заказ потребителя. Клиент выбрал такую услугу, заказал и остался доволен. Что происходит дальше? Обычно клиенты подписываются на обновления этой доставки в социальных сетях. Во-первых, потому что там проводится много времени, поэтому контакты всегда будут под рукой. Во-вторых, клиент имеет возможность следить за их обновлениями, если фирма умело применяет PR-мероприятия, привязывая к себе клиента бонусами и другими промоакциями. Но здесь клиент может столкнуться с тем, что любимый онлайн-сервис уже давно не обновлял страницу, не постил ничего интересного. А умный Facebook знает, что недавно клиент интересовался доставкой еды, и сам предлагает подписаться на другие сервисы с более интересным контентом и не менее положительной оценкой потребителей.

При создании контента важно помнить о его цели. Если все посты фирмы направлены на то, чтобы что-то продать, вряд ли это увеличит ее прибыль. Контент должен быть интересен прежде всего клиентам, а не фирме. Очень важным является определение целевой аудитории. Фирме необходимо подумать об их интересы и потребности и тогда создавать контент в разрезе полученной информации.

Другой популярной информационной платформой есть блоги, задачей которых тоже создание положительной репутации, ведь они снова становятся интересными потребителям. Правила создания контента здесь такие же, как и в социальных сетях. Клиенты охотно приобретут товар, если фирма прорекламирует его в блоге. Но только в том случае, если фирма подробно опишет, как могут быть решены проблемы. Компании важно заниматься тем, что беспокоит ее целевую аудиторию, и только тогда она сможет правильно позиционировать свой товар.

2. Социальные сети. Социальные сети – неотъемлемая часть жизни каждого из нас. Именно поэтому мы уже несколько раз о них вспоминали, ведь онлайн-репутацию фирмы клиенты будут проверять именно по ним. Есть несколько факторов, на которые стоит учитывать фирме, когда речь идет о социальных сетях. Прежде всего фирме предстоит определить, где именно находятся клиенты – в Instagram, Facebook, Twitter? Это означает, что клиенты будут считать и количество подписчиков на странице фирмы, и предпочтения во постами, и количество распространений. То есть страница фирмы должно отражать жизнь ее клиентов и должно быть онлайн для них. Только тогда у фирмы появляется шанс стать авторитетом для целевой аудитории.

3. Отзывы и общественное мнение. Что может быть уязвимее и сложнее, чем общественное мнение? Однако управление ею является чрезвычайно важным инструментом при формировании онлайн репутации фирмы. Вирусный маркетинг, то есть маркетинг сплетен, или маркетинг из уст в уста, теперь стал digital. Все, что происходит в мире, обсуждается в

режиме онлайн на различных форумах, с провокационным фото в социальных сетях или даже на персональных страницах пользователей [5].

Очень важно для поддержания репутации анализировать негативные отзывы и работать над их уменьшением через исправление недостатков, которые не всегда могут быть обоснованными. Ведь часто бывают случаи, когда у фирмы возникают неприятные ситуации с клиентами из-за неправильной коммуникации. Часто это может касаться каких-то акций или скидок, которые предлагает компания. Ошибкой многих предпринимателей при наработке репутации является отсутствие постоянного мониторинга отзывов клиентов и оперативного решения конфликтных ситуаций с ними, что, в свою очередь, не дало бы возможности допустить резкого падения доходов.

В настоящее время существует множество инструментов, которые помогут отслеживать все отзывы в Интернете.

1. Так, например, Google Alerts – это, пожалуй, один из самых популярных сервисов. Он имеет возможность сканировать Интернет по выбранным предпринимателем ключевым словам, освещая любые новые комментарии или отзывы о его компании.

2. Второй инструмент – Naymz, который может помочь фирме отслеживать и управлять своим влиянием в социальных сетях, тесно соотносится с его онлайн-репутацией. Чем выше ее влияние, тем более позитивной будет ее репутация.

3. Третий инструмент – Hootsuite – пульт управления социальными сетями, который позволяет держать фирме все аккаунты в одном месте и планировать будущие посты, слушать и общаться со своими подписчиков и видеть полную картину с помощью детальной аналитики, чтобы улучшать свою работу в социальных сетях [4].

И хотя можно использовать все эти инструменты, направленные на помощь компании улучшить свою репутацию, но порой фирме достаточно обойтись только обычным поиском названия бренда в Google или на сайте социальной сети. Компании важно помнить, что хотя методы поддержания репутации могут различаться в зависимости от сферы деятельности, однако идеология ее построения одинакова, поэтому необходимо заботиться о ней, делая акцент на позитиве от клиентов, и, стремясь стать онлайн-авторитетом, использовать при необходимости перечисленные инструменты или вместе или выборочно.

Заключение. Итак, онлайн-репутация компании – это важная составляющая ее успеха. На нее влияет не только качество товаров и услуг, предоставляемых компанией, но и то, как представители бизнеса используют обратную связь с клиентами. Работу над формированием положительного имиджа компании в Интернете нужно проводить постоянно. Управление репутацией должны входить в обязательный перечень маркетинговых задач и стать частью управления прибыльностью компании.

Список литературы

1. Collins T. Mechanics of Online Reputation Management: Repair and Control Your Name Or Brand Reputation Online, 2016. – 292 p.
2. David J. How to Protect (or Destroy) Your Reputation Online: The Essential Guide to Avoid Digital Damage, Lock Down Your Brand, and Defend Your Business, 2016. – 224 p.
3. Beal A. Radically Transparent: Monitoring and Managing Reputations Online, 2019. – 378 p.
4. Walsh T. The Reputation Vortex: Online Reputation Management, 2018. – 372 p.
5. Eric Sachs. How to Build Your Online Reputation. URL: https://www.entrepreneur.com/article/290927.

УДК 339.138

ОБРАЗОВАНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

***Шибаршина О.Ю.*[1],** канд. социол. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[2]**, канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[3]**
[1]ЧОУ ВО «Московский университет имени С.Ю. Витте»,
филиал в городе Рязани, г. Рязань, РФ
[2]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет,
имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[3]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический
университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Углубление специализации предприятий гостиничного хозяйства связано с такой маркетинговой технологией развития рынка гостиничных услуг как образование гостиничных цепей.

Гостиничная цепь – это объединение нескольких гостиничных предприятий в коллективный бизнес, осуществляемый под единым руководством, в рамках общей концепции продвижения продукта и под общей индивидуально узнаваемой торговой маркой. Предприятия гостиничной цепи характеризуют строгое соблюдение фирменных ценностей и наименований услуг, высокое качества размещения и обслуживания, архитектурное единство дизайна зданий и интерьеров.

Основная часть. Гостиницы могут быть объединены в цепи в результате строительства и покупки предприятий гостиничной компанией; заключения договора франчайзинга с известной гостиничной компанией-франчайзером; подписания контракта на управление гостиницей. Поэтому в составе гостиничной цепи, кроме полноправных членов, в большинстве случаев имеются ассоциированные члены, принимающие участие в бизнесе на основе договоров франчайзинга. В этих случаях цепь не несет ответственности за потери по франчайзинговым операциям и не имеет

прав на доходы, за исключением причитающихся ей выплат по договору франчайзинга [3].

Каждый тип гостиницы, входящий в гостиничную цепь, имеют свое фирменное наименование, которое распространяется на гостиницы конкретной цепи. Поэтому потребители, пользующиеся услугами одной гостиничной цепи, четко представляют качество обслуживания и размещения на предприятии, принадлежащем этой цепи, независимо от его месторасположения. Это позволяет гостиничным цепям задолго до открытия новой гостиницы проводить рекламу и бронирование номеров. Название новой гостиницы и все ее реквизиты включаются во всевозможные национальные и международные справочники.

Маркетинговые технологии по организации гостиничных цепей обладают рядом преимуществ, основными среди которых являются:

- обслуживание большего количества клиентов за счет перераспределения между гостиницами, входящими в цепь;
- использование единой централизованной системы бронирования позволяет повысить загрузку номерного фонда всех предприятий – участников цепи;
- централизованное приобретение крупных партий товаров и услуг (оборудование для номеров, белье и постельные принадлежности, предметы санитарно-гигиенического назначения и т.д.) по оптовым ценам;
- финансирование коллективного бизнеса за счет получения дополнительных инвестиций, мобилизации капитала и использование его для расширения и повышения эффективности своей деятельности;
- проведение гибкой ценовой политики при изменении рыночной конъюнктуры [1];
- использование централизованной системы бухгалтерского учета, проведение общих маркетинговых исследований, строительства, осуществления операций с недвижимостью существенно сокращает соответствующие расходы каждого участника цепи в отдельности за счет использования специалистов, занимающихся этими вопросами на уровне гостиничной цепи [2].

Кроме того, при централизованной подготовке кадров для предприятий гостиничной цепи значительно сокращаются затраты на обучение персонала. Участникам цепи предоставляются услуги высокооплачиваемых специалистов-экспертов в определенных областях, оплата стоимости которых каждой гостинице в отдельности повлекла бы значительные затраты.

Заключение. Участие в цепи позволяет эффективно продвигать гостиничные услуги на рынок и существенно экономить на рекламных мероприятиях за счет распределения общих затрат между участниками цепи. Все входящие в цепь гостиницы могут пользоваться результатами рекламных компаний, затрачивая небольшие средства. Кроме того, рекламную функцию выполняет торговая марка цепи.

Как правило, гостиничные цепи имеют такую организационно-правовую форму как закрытое акционерное общество. Перспективным представляется, на наш взгляд, объединение в корпорации. Введение корпоративных отношений позволит привлечь дополнительные средства, сохраняя контрольный пакет у прежних владельцев. Организационно такой финансовый капитал может быть оформлен через образование сети холдингов.

Список литературы

1. Машкова Е.И. Инвестиционное обеспечение агропромышленного комплекса Рязанской области / Е.И. Машкова, В.Н. Минат, Г.Ю. Судакова // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. науч. – практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. – 2019. – С. 324-328.
2. Романова Л.В. Актуальные проблемы маркетинга в управлении сбытовой деятельностью в агробизнесе / Л.В. Романова, В.Н. Минат // в сб.: Роль аграрной науки в устойчивом развитии сельских территорий: Сборник III Всероссийской (национальной) научной конференции. – 2018. – С. 1145-1150.
3. Шелест А.П. Маркетинговые технологии развития гостиничного бизнеса / А.П. Шелест // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 179-181.

Управление персоналом и экономика труда

УДК 331.108.24

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Балтачеева Н.А., д-р экон. наук, профессор, ***Деревянченко О.С***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
derevjanchenko.olga@gmail.com

Введение. Кадровая политика является составной частью всей управленческой деятельности и производственной политики организации и тесно связана со стратегией ее развития. Она должна увеличивать возможности предприятия, реагировать на изменяющиеся требования технологии и рынка в ближайшем будущем.

В современных условиях руководству предприятия следует уделять особое внимание управлению персоналом, кадровой политике, целью которой является создание сплоченной, ответственной, высокоразвитой и высокопроизводительной рабочей силы.

Целью исследования является разработка комплекса мероприятий по совершенствованию кадровой политики на основе изучения ее современного состояния на предприятии пищевой промышленности ДНР.

Основная часть. ООО «Торговый Дом «Горняк» осуществляет деятельность по производству и сбыту продуктов питания; имеет комбинированную структуру управления. Предприятие включает в себя несколько структурных подразделений: подразделение по производству мороженого, готовой пищи и блюд; подразделение по производству молочных продуктов; розничная сеть фирменной торговли – магазины «MOLOKO» (создана в декабре 2016 г.) [2].

Кадровая политика на предприятии осуществляется дирекцией по персоналу. Основными направлениями кадровой политики являются подбор и отбор персонала, адаптация персонала, оплата труда.

Подбор персонала осуществляется как на внутреннем, так и на внешнем рынке труда на основании заявки установленного образца, подаваемой руководителем структурного подразделения, и должностной инструкции.

Отбор кандидата в зависимости от должности осуществляется в несколько этапов: телефонное интервью, заполнение анкеты кандидата, собеседование с руководителем структурной единицы, стажировка, прием на работу. Отбор персонала на должность руководителя в настоящее время проводят посредством ряда собеседований кандидата, при этом оценка кандидата проводится на основании заполненной «Анкеты кандидата» и носит субъективный характер.

С целью повышения объективности и эффективности данной процедуры предлагается использование математических методов, а именно метода расстановки приоритетов, который относится к группе методов экспертной оценки. Метод расстановки приоритетов заключается в том, что все критерии попарно сравниваются, и определяется тот, который важнее [1]. Сравнение могут осуществлять эксперты, хорошо знающие кандидатов и специфику работы (экспертов должно быть не менее трех). В качестве экспертов могут выступать: руководитель подразделения, сотрудники отдела, представитель службы персонала, представитель контрагентов и т.д.

Применение предложенного метода позволит выявить качества кандидата, которые необходимы руководителю данной должности, посредством его оценки коллегами, с которыми он работает.

Эффективность работы предприятия зависит от квалификационного уровня персонала, который определяется возрастом, образованием, стажем работы. Как показало исследование, только одно из трех подразделений предприятия (сеть фирменной торговли) имеет «молодой» персонал, что обусловлено, прежде всего, периодом существования данной структурной единицы, а также политической и экономической ситуацией в регионе. В структурных подразделениях предприятия, осуществляющих производство продуктов питания, 50,5 % приходится на персонал в возрасте старше 50 лет; в сети фирменной торговли преобладает персонал в возрасте до 40 лет – 61,8 %.

Одним из показателей эффективности кадровой политики, применяемой на предприятии, является целостность и стабильность персонала, которая характеризуется текучестью кадров. На исследуемом предприятии в течение 2016–2018 гг. наблюдается высокая стабильность персонала в подразделениях, осуществляющих производство продуктов питания (79,7 и 90,1 % соответственно в 2018 г.), и низкая в сети фирменной торговли (25,5 % – в 2018 г.). Текучесть персонала имеет аналогичную тенденцию, и в двух подразделениях не значительно превышает естественный уровень – 5,5 % в 2018 г., в сети фирменной торговли показатель текучести составил в 2018 г. 38,2 %.

По мнению ученых, для российских предприятий розничной торговли норма уровня текучести кадров может достигать и 80 % в крупных мегаполисах и до 30 % в городах, что связано с оттоком персонала в летний период, мобильностью «молодых» кадров, получением более выгодных условий труда, временной занятостью у студентов [3], что в настоящее время неприемлемо для экономики ДНР.

Как показывает кадровая статистика, наиболее частыми причинами увольнений сотрудников являются некачественный подбор персонала, недостаточный уровень оплаты труда, социальных мероприятий на предприятии. В результате проведенного исследования установлено, что в ООО «ТД «Горняк» причины увольнения персонала не выявляются.

В связи с этим целесообразно рекомендовать применение метода анкетного опроса. Анкета увольняющегося сотрудника может содержать до 10 вопросов и несколько вариантов ответов на каждый из них. Предлагаемая структура анкеты представлена на рис. 1.

АНКЕТА УВОЛЬНЯЮЩЕГОСЯ СОТРУДНИКА
1. Соответствовала ли работа на нашем предприятии Вашим ожиданиям? 1) да; 2) затрудняюсь ответить; 3) нет (укажите, пожалуйста, в чем именно не оправдались)_____
2. Как давно Вы приняли решение уволиться? 1) с момента трудоустройства; 2) за ___ месяцев до увольнения; 3) за ___ недель до увольнения; 4) за ___ дней до увольнения
3. Из ниже перечисленных факторов отметьте те, которые повлияли на Ваше решение уволиться (не более 3): 1) смена места жительства; 2) смена рода деятельности; 3) не удовлетворяет уровень оплаты труда; 4) не устраивает режим работы; 5) тяжелые условия труда; 6) отсутствие служебного и 7) найдена работа ближе к дому; профессионального роста; 9) другое_____ 8) по состоянию здоровья;
4. Как бы Вы оценили психологический климат в Вашем коллективе? 1) дружеские отношения в коллективе; 2) коллектив работает слажено, но 3) коллектив разбит на группы «по интересам»; внерабочие отношения холодные; 5) затрудняюсь ответить 4) коллектив постоянно конфликтует;
5. Что, на Ваш взгляд, необходимо изменить на Вашем рабочем месте:_____
6. Что, на Ваш взгляд, следует оставить на прежнем уровне на Вашем рабочем месте___

Рис. 1. Пример анкеты увольняющегося сотрудника

Анализ данных, полученных посредством анкетного опроса, позволит выявить негативные факторы трудовой деятельности, оценить психологический климат в коллективе и разработать соответствующие мероприятия.

Заключение. По результатам исследования предложены рекомендации по совершенствованию кадровой политики предприятия, а именно применение метода расстановки приоритетов для оценки качеств кандидатов при отборе персонала, а также проведение анкетного опроса, как метода выявления причин текучести персонала.

Список литературы

1. Лукьянченко Н.Д. Прогнозирование конфликтного поведения работников с использованием метода расстановки приоритетов / Н.Д. Лукьянченко, Л.Л. Бунтовская, О.Г. Кривенчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2017. – № 1. – С. 77-84.
2. ООО «Торговый Дом «Горняк» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства промышленности и торговли ДНР. – Режим доступа: http://mptdnr.ru/biz/38.html.
3. Текучесть кадров – формула расчета и нормы [Электронный ресурс] / «Директор по персоналу». – Режим доступа: https://www.hr-director.ru/article/67421-tekuchest-kadrov-formula-rascheta-19-m7.

УДК 330.1

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ БЕЗРАБОТНЫХ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Бунтовская Л.Л., д-р экон. наук, доцент, ***Стрельченко Д.И.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
upiet_donnu@mail.ru

Введение. Современная ситуация на рынке труда Донецкой Народной Республики, характеризующаяся дисбалансом между спросом и предложением рабочей силы, требует применения активных мер по содействию занятости населения. Реализацию государственной политики в сфере занятости в ДНР осуществляет Республиканский центр занятости, в структуру которого входят 13 городских и 4 районных центров занятости, постоянно проводящих работу по трудоустройству обратившихся граждан.

Одним из ключевых направлений работы Республиканского центра занятости ДНР и его территориальных органов в настоящее время является профессиональное обучение лиц, ищущих работу, что обусловлено, прежде всего, значительным оттоком кадров из Республики, закрытием ряда предприятий и необходимостью подготовки новых специалистов для тех сфер деятельности, где ощущается острый дефицит кадров.

Цель исследования – разработка предложений по повышению эффективности обучения безработных в Донецкой Народной Республике.

Основные результаты. Порядок организации профессионального обучения безработных и лиц, ищущих работу, нуждающихся в профессиональной подготовке, переподготовке или повышении квалификации, определяется Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики № 3-25 от 10..03.2017 г. В соответствии с данным Постановлением, для облегчения трудоустройства безработных профессиональное обучение должно осуществляться по профессиям, которые пользуются в настоящее время спросом в Республике. Кроме того, обучение может проходить под конкретные рабочие места, предоставляемые работодателями в соответствии с заключенными с центрами занятости договорами [1].

Профессиональное обучение безработных и лиц, ищущих работу, целесообразно в том случае, если они не имеют специальности или соответствующей требованиям рабочего места квалификации, если на данной территории отсутствует работа по имеющейся специальности или человек не может работать в соответствии со своей профессией из-за потери здоровья [2].

В Донецкой Народной Республике большую работу по обучению и переобучению кадров проводит Донецкий центр профессионально–технического образования Республиканского центра занятости, который организует бесплатные обучающие семинары для лиц, ищущих работу, на

которых отрабатываются навыки работы на персональных компьютерах, техники и механизации торговых расчетов; основы предпринимательской деятельности; основы конструирования одежды; основы WEB-дизайна; основы работы в специализированной программе 1С Бухгалтерия; основы организации и технологии обслуживания в общественном питании (официант) и другие. В 2018 г. в таких семинарах приняли участие 295 человек. Кроме того, Республиканский центр занятости проводит переподготовку соискателей работы в формате обучающих семинаров [3].

При этом профессиональное обучение может проходить как на учебно-производственной базе территориального органа Республиканского центра занятости, на который возложены функции по осуществлению образовательной деятельности, так и в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе в учебных центрах профессиональной квалификации, прошедших конкурсный отбор.

Весьма полезным для организации профессионального обучения безработных и лиц, ищущих работу в настоящее время, может оказаться опыт Донецкого национального университета. Так, в соответствии с Постановлением правления Фонда общеобязательного государственного социального страхования Украины на случай безработицы № 59 от 24.07.2008 г., зарегистрированного в Министерстве юстиции Украины 09.09.2008 г. под номером 818/15509, в результате тендерного выбора высших учебных заведений, на базе экономического факультета ДонНУ в рамках краткосрочных курсов в 2012–2014 гг. осуществлялось повышение квалификации безработных.

Одной из основных проблем, связанных с профессиональным обучением в ДНР, является определение его эффективности. Как известно, экономический эффект профессионального обучения определяется рациональностью расходования выделяемых на это финансовых средств, а социальный эффект связан с сокращением числа безработных, изменением структуры предложения рабочей силы в соответствии с потребностями рынка труда, повышением адаптивности и конкурентоспособности трудоспособных граждан, более уверенном поведении при поиске работы [4].

Показателями эффективности профессионального обучения могут выступать численность нашедших работу и уровень заработной платы при трудоустройстве после прохождения профобучения, однако точное определение численности трудоустроенных после прохождения профессионального обучения обычно затруднено. В связи с этим рекомендуется более активно использовать возможности мониторинга трудоустройства, в частности, проводить силами работников службы занятости опросы всех прошедших обучение при непосредственном контакте с ними или в онлайн режиме. Результаты опросов следует представлять в Министерство труда и социальной политики ДНР, а также Главное Управление Статистики ДНР для их дальнейшей статистической обработки, анализа и принятия соответствующих управленческих решений.

Ситуация, сложившаяся в настоящее время в реальном секторе экономики и на рынке труда ДНР, предопределила преимущественный выбор рабочих профессий, по которым предлагается пройти обучение. В то же время анализ показывает, что в числе лиц, ищущих работу, большой процент составляют бывшие специалисты и даже руководители, для которых изменение своего статуса связано с моральной травмой. Кроме того, даже те, кто работал по рабочим специальностям, при потере работы могут испытывать угнетенность. Именно поэтому работа по социальной адаптации безработных является столь значимой в современных условиях.

Заключение. Задача снижения степени депрессивности ищущих работу, повышение их заинтересованности в прохождении переподготовки и профессиональной подготовки, обретении новых специальностей, активном поиске работы с использованием различных источников информации, обретении уверенности при самопрезентации и прохождении собеседований может быть решена на основе использования опыта российских служб занятости по организации «Клубов ищущих работу» и их модификаций [5].

Список литературы

1. Постановление Совета Министров Донецкой Народной Республики № 3-25 от 10..03.2017 г. «Об утверждении Порядка профессионального обучения по направлению территориальных органов Республиканского центра занятости Министерства труда и социальной политики Донецкой Народной Республики и предоставлении льготы по подоходному налогу» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gb-dnr.com/normativno-pravovye-akty/4383/
2. Биржа труда в Харцызске: новая профессия – новые возможности[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://xvesti.ru/slugby-iformiruyut/cz-khartsizska/5033-labor-exchange-in-khartsyzsk.html.
3. Сайт Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rcz-dnr.ru.
4. Зеленова, О.И. Эффективность профессионального обучения в системе государственной службы занятости [Электронный ресурс] / О.И. Зеленова. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-professionalnogo-obucheniya-v-sisteme-gosudarstvennoy-sluzhby-zanyatosti.
5. Социальная адаптация на рынке труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://zan.tambov.gov.ru/documents/detail/23affb1a-d4e6-4ee2-92aa-0f0f276dec9e.

УДК 331.45

СИСТЕМА ОХРАНЫ ТРУДА: КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Васильев А.С.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
Vasilievartem05@gmail.com

Введение. Ориентация на успешное достижение поставленных целей является неотъемлемой частью любой человеческой деятельности, но, как показала многовековая практика, без гарантированной безопасности запланированный успех часто оборачивается катастрофой. Исправить эту ситуацию можно только путем адаптации четкой концепции, осмысленной и разделяемой всеми участниками управленческой деятельности, а также через единое понимание ответственности и способа реализации тех или иных регулятивных и управленческих процессов в условиях современного производства и рыночной экономики. Однако в силу различных объективных и субъективных причин сфера сохранения трудового потенциала и охраны труда и ее инструментарий морально устарели и нуждаются в модернизации. С 1992 г. система охраны труда в постсоветских странах пытается и не может адаптироваться к условиям современной рыночной экономики, и ее показатели эффективности, такие как производственный травматизм и профессиональные заболевания, в несколько раз превышают показатели развитых стран.

Причина неэффективности избирательных преобразований в контексте золотого стандарта заключается в невозможности осуществить эффективные изменения бюрократическим методом «ползучего эмпиризма». Кроме того, с разрушением административно-командной системы были в значительной степени разрушены и эффективные механизмы воспроизводства трудовых ресурсов и человеческого капитала. Перекрываясь с технологической и организационной революцией, все эти проблемы субъективно не выявляются высшим руководством, но объективно препятствуют эффективному управлению и тормозят развитие всего общества [1, с. 30].

Проблемами в области охраны труда занимались Ю.В. Васильков, А.В. Тимашов, F. Storeth и др.

Целью исследования является выявление принципиальных проблем в сфере управления охраной труда в постсоветских странах, а также предложение мер по их нивелированию.

Основные результаты. Одной из проблем управления охраной труда является многослойность управленческой пирамиды, которая вызывает множество трудностей в процессе ее трансформации в лучшую сторону. Этому препятствуют даже языковые средства выражения мыслей.

Русский термин «управление» кажется однородным и монолитным, но английские понятия «контроля» (применимые на уровне рабочего места), «управления» (уровень организатора производства) и «управления» (уровень государства) доказывают его ложность. Дело в том, что в области обеспечения охраны труда существуют три «слоя» управляемой реальности, часто переплетающиеся друг с другом.

Первый – это материальный слой на рабочем месте, где происходит «повреждение» здоровья работников и гибель людей при столкновении с опасными и (или) вредными для труда факторами материальной рабочей среды и рабочего процесса (простой процесс работы). Согласно статистике Международной организации труда, каждые 15 секунд работник умирает от производственной травмы или заболевания [2, с. 195]. Исследования по постсоветским странам свидетельствуют, что каждые 2 часа по одним и тем же причинам умирает один человек [3, с. 94]. При этом следует понимать, что число сотрудников, имеющих трудовой договор с организатором производства (работодателем), которые являются единственными, на кого распространяется статистика несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, значительно меньше общего числа работников. Следовательно, число официально зарегистрированных случаев смертельных производственных травм также значительно ниже. В связи с технологической революцией меняются условия труда (в узком смысле) и рабочие операции, возникают новые угрозы и появляются новые жертвы. Инженерная защита от этих угроз – сложная задача, требующая огромных трудовых и финансовых ресурсов и значительного времени для перехода «человеческого фактора» из одной ситуации в новую и адаптации к изменениям. Сдвиги, связанные с технологическим прогрессом, превращаются в «лавину», сметающую все на своем пути, в том числе и человеческие жизни.

Второй слой, который неизбежно опирается на первый, – это слой социально-экономических отношений между субъектами деятельности. Типичные для этих отношений проблемы, такие как труд женщин и инвалидов, детский труд и работа в ночную смену, лежат в основе системы охраны труда как социально-трудового явления.

Третий уровень – это стандартизация, регулирование и законность. Она охватывает правовые договоренности между сторонами в сфере трудовых и социально-экономических отношений, связанных с материальным производством. На этом уровне существует различие между внештатными работниками и работниками, имеющими трудовой договор, и возникают такие понятия, как «телесные повреждения», «причинитель вреда» и «компенсационные услуги».

Эта пирамида «слоев» реальности порождает как многообразие средств управления, так и особенности их функционирования. Можно констатировать, что неизбежные ошибки в управленческих решениях на

высшем уровне пирамиды (правовом слое) приводят к резким колебаниям реальных событий на уровне рабочего места. Относительно большой временной лаг между неблагоприятными событиями действительности и изменениями на высшем уровне управления делает всю эту картину не обнаружимой и неуправляемой.

Заключение. Таким образом, логичная и эффективная система управления охраной труда, созданная еще советской экономикой, сегодня вынуждена продолжать действовать, но в совершенно иных условиях. На материальном уровне она полностью работоспособна, но на социально-правовом уровне управление охраной труда давно назрело для адаптации к реалиям социального государства и гражданского общества в условиях рыночной экономики.

Глобальная цель управления системой охраной труда должна заключаться в объективном совершенствовании механизмов профилактики производственного травматизма и профессиональных заболеваний. Однако трансформация всей нормативной базы системы охраны труда является серьезной задачей. Поэтому концепция изменений в области охраны труда должна содержать: основные недостатки действующей нормативной базы в области управления охраной труда, что позволяет профсоюзам и объединениям работодателей контролировать соответствие между указанными недостатками и изменениями в нормативной базе; механизмы устранения этих недостатков, что позволит контролировать соответствие целей и содержания законопроектов; оценку расходов государственных бюджетов и расходов бизнеса, а также ущерб, причиненный работникам в случае принятия законопроекта.

Только в этом случае наличие целостной и научно обоснованной концепции может способствовать созданию необходимого комплекса нормативно-правовых актов в сфере управления и регулирования охраной труда и сохранения трудового потенциала.

Список литературы

1. Васильков Ю.В. Оценка рисков недостижения целей управления [Текст] / Ю.В. Васильков, Л.С. Гущина // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. – 2016. – № 2(46). – С. 29-36.
2. Storeth F. Affective job insecurity and risk taking at work [Текст] / F. Storeth // International Journal of Risk Assessment and Management. – 2007. – №7. – P. 189-204.
3. Тимашов А.В. О формировании стандартов сферы охраны труда и сферы технического регулирования [Текст] / А.В. Тимашов // Охрана и экономика труда. – 2016. – № 4(25). – С. 94-100.

УДК 331.2

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОБЛЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Воробьева О.Г.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
vorobiova_olga54@mail.ru

Введение. На этапе становления ДНР как отдельного государства заработная плата не выполняет свои традиционные и естественные функции. Уровень заработной платы таков, что она не может принципиально воздействовать на потребительский спрос, регулировать его. Происходит дальнейшее усиление деформации доходов населения, снижающее мотивацию к труду, с одной стороны, а с другой – неспособность отдельных предприятий приспосабливаться к современным условиям в вопросах организации оплаты труда.

Формирование социальной экономики предполагает адекватную социальную организацию труда, обеспечивающую эффективную трудовую деятельность населения и каждого человека. В этих условиях становится актуальной острая необходимость создания новой, соответствующей рыночным отношениям системы социальной защиты трудящихся, и в первую очередь, их права на справедливую оплату труда.

Степень научной разработанности проблемы находит свое отражение в научных трудах основоположников экономической науки: У. Пети, Д. Рикардо, А. Смита (теория «Минимума средств существования»); развернутый анализ заработной платы как превращенной стоимости рабочей силы был дан К. Марксом. Исследованиями экономической сущности заработной платы занимались также Дж. Милль, Дж. Р. Мак-Куллох, И. Бантам, Т.Мальтус (теория «фонда заработной платы»); У.Джевонс (теория «права на остаточную продукцию»); Дж. Кларк, Ж.Б. Сей, А. Маршалл (теория «предельной производительности»). В современных условиях теория заработной платы получила свое развитие в работах К.Р. Макконнелла., С.Л. Брю, М. Блауга, М. Мескона, Г. Джонсона, К. Эрроу и других зарубежных экономистов.

В имеющихся работах и публикациях по проблемам организации оплаты труда мало изучены различные аспекты взаимозависимости доходов работников с конечными результатами деятельности предприятий, структурных подразделений, индивидуального вклада каждого.

Цель. Определение основных направлений решения проблемы оплаты труда на предприятиях всех форм собственности в Донецкой Народной Республике.

Основные результаты. В современной науке заработная плата рассматривается как сложная социально-экономическая категория,

выполняющая комплекс специфических функций макро- и микроуровня экономического механизма. Значимость заработной платы заключается в том, что именно она занимает центральное место в структуре доходов населения. Основная часть населения удовлетворяет базисные и другие потребности, продавая свою способность к труду за заработную плату. Заработная плата сегодня занимает одно из первых, а подчас самое первое место в структуре стимулов и мотивов, формирующих эффективное трудовое поведение.

Согласно Закону об оплате труда ДНР, принятому 6.03.2015, с внесенными поправками от 19.02.2016 № 106IHC, статья 1, «заработная плата – это вознаграждение, исчисленное, как правило, в денежном выражении, которое по трудовому договору собственник или уполномоченный им орган выплачивает работнику за выполненную им работу».

Также Законом ДНР об оплате труда (раздел II статья 8) предусмотрены гарантии относительно оплаты труда: «Государство осуществляет регулирование оплаты труда работников предприятий всех форм собственности путем установления размера минимальной заработной платы и других государственных норм и гарантий, установления условий и размеров оплаты труда руководителей предприятий, основанных на государственной, коммунальной собственности, иных формах собственности, работников предприятий, учреждений, организаций, которые финансируются или датируются из бюджета, регулирование фондов оплаты труда работников предприятий-монополистов, согласно перечню, определяемому Советом Министров Донецкой Народной Республики, а также путем налогообложения доходов работников». Государственное регулирование заработной платы есть не что иное, как контроль за справедливым распределением доходов. Регулируя уровень заработной платы, государство меняет уровень жизни населения в целом, стимулируя или, наоборот, снижая спрос на товары и услуги. Главная задача государства в этом аспекте – обеспечить гражданину такой уровень заработной платы, чтобы он мог бы позволить себе приобрести минимально необходимый набор товаров и услуг (прожиточный минимум).

В период экономического развития Республики требуется принципиально новая организация оплаты труда. И это не самоцель, а реальная необходимость замены устаревшей, низко эффективной модели оплаты труда, которая в значительной мере сдерживает реализацию потенциала работников и их коллективов, тормозит развитие экономики. При формировании систем оплаты и необходимости их совершенствования, наиболее удачной и эффективной для оптимального использования и воспроизводства рабочей силы считается система показателей KPI (Key Performance Indicators) – показатели работы каждого отдельного сотрудника привязывают к общим KPI всей компании (таким как прибыль, рентабельность или капитализация). Цель системы —

сделать так, чтобы действия сотрудников из разных служб не были противоречивыми и не тормозили работу специалистов из других подразделений. Каждый вносит вклад в общее дело, работает на достижение стоящих перед ним целей и в результате получает бонусы за их выполнение.

На успешность интеграции KPI не влияет количество сотрудников. Необходимо соблюдение другого условия – невозможно управлять тем, что нельзя посчитать. KPI – счетные ключевые показатели. Они могут быть качественными (в виде рейтинга, баллов и пр.) либо количественными (время, деньги, объем товара, люди и др.). Однако в любом случае ключевые показатели эффективности должны быть счетными для объективности и сравнения данных.

Система KPI позволяет сделать процесс управления прозрачным как для руководства компании, так и для сотрудника. Компания добивается четких действий сотрудника, направленных на достижение стратегических целей и повышение прибыли. Сотрудник – получает прозрачную систему оценки его деятельности и начисления премии.

Заключение. Выбор руководителями модели урезания заработной платы или сокращения штатов нецелесообразно использовать как средство выхода из кризисной ситуации, т. к., если таким путем пойдут все организации, то покупательская способность снизится еще больше. Более целесообразным является разработка такой системы оплаты труда, которая будет оптимально прибыльной как для работника, так и для предпринимателя. Выбор системы оплаты труда – важный шаг для любой организации. Эта система должна быть достаточно простой и ясной, чтобы каждый работник видел зависимость между производительностью и качеством своего труда и получаемой заработной платой.

Список литературы

1. Генкин Б.М. Организация, нормирование и оплата труда на промышленных предприятиях: Учебник для вузов / Б.М.Генкин. – М.: НОРМА, 2013. – 480 с.
2. Дейнека А.В. Управление персоналом: учебник / А.В. Дейнека. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 291 с.
3. Меламедова Л.С. Экономика труда / Л.С.Меламедова. – Самара: Самарская гуманит. акад., 2018. – 120 с.
4. Титова О.В. Анализ соотношения темпов роста производительности труда и уровня заработной платы / О.В.Титова, И.О.Кротова / Инновационная экономика и право. – 2017. – № 2 (7). – С. 90-93.

УДК 331.108.45

САМОРАЗВИТИЕ – ВАЖНЫЙ ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РОСТА РАБОТНИКОВ

Ганич Л.В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
lud.ganich@yandex.ru

Введение. Необходимость изучения специфики, роли саморазвития сотрудников среди методов обучения и развития персонала определяется в первую очередь значимостью непрерывного роста профессиональных и личностных знаний, навыков и умений работников организации. Саморазвитие персонала в организации является одним из наименее затратных и наиболее результативных методов. Потребность организаций в высокоэффективном и конкурентоспособном персонале, а также малоизученность процесса саморазвития работников обусловливают необходимость понимания, разработки и подбора наиболее подходящих для организации способов руководства этим явлением.

Проблема самообразования и саморазвития работников в организации является предметом исследований таких ученых, как И.Н. Шахова, А.В. Крутова и др.

Целью исследования является определение роли саморазвития работников в организации.

Основное содержание. В условиях постиндустриального общества роль человеческого фактора в экономической деятельности возрастает. Стремительное развитие производства, разработки и освоения, внедрения новых и совершенствование имеющихся технологий требует систематического повышения квалификации. Профессиональное развитие персонала становиться необходимым и важным условием для успешной работы любого предприятия. Самосовершенствование – это процесс сознательного управления развитием личности, своих качеств и способностей. Хотя идеал, как правило, недостижим и понимается каждым человеком по-своему, тем не менее, тенденция к развитию, если она имеется, придает осмысленность жизни, насыщает ее полнотой, устойчивостью и определенностью.

Самообразование является способом самосовершенствования представителей социальной общности в профессиональной (и в непрофессиональной) сферах [1].

Для повышения степени заинтересованности работников предприятия в саморазвитии и ее практической реализации рекомендуется:

- содействие самостоятельному определению специалистом путей и средств удовлетворения своих образовательных потребностей, отказ от навязывания, принуждения, регламентации в этом определении и

обеспечение свободы выбора на основе вариативности содержания, форм, методов, направлений обучения;

- развитие и обогащение в системе подготовки и повышения квалификации общепрофессионального ориентирования работников. Это означает, что содержание обучения не должно основываться только на учете осознанных работниками функциональных потребностей;

- содействие расширению сферы взаимодействия человека с окружающими;

- расширение источников самообразования. Самообразование связывают в основном с книгой, чтением специальной литературы. Но сегодня это значительно упрощенное понимание источников самообразования. В связи с этим в системе подготовки и повышения квалификации необходимость ориентироваться на различные источники информации, не всегда чисто специализированных, содержащих информацию, знания, могут быть интерпретированы для профильного и общекультурного самообразования специалистов;

- стимулирование практической деятельности. Самообразование является деятельностью, и знания, полученные в результате ее осуществления, применяются в деятельности (профессиональной частности).

Вышеупомянутые способы стимулирования самообразования предлагается внедрять на производственном уровне для повышения результатов деятельности работников на основе повышения их образовательного уровня. Учебный процесс в системе подготовки и повышения квалификации важно направлять так, чтобы помогать работнику в его дальнейшем самообразование [2].

В системе подготовки и повышения квалификации персонала предприятий предлагается формировать, развивать и обогащать такие умения и навыки самообразовательной деятельности слушателей:

самостоятельную работу. Наиболее эффективное формирование, развитие и обогащения этих умений и навыков может осуществляться при условии проблемно-поисковой организации обучения, при работе персонала по индивидуальным учебным планам, с помощью самостоятельной разработки определенных проблем, выполнении индивидуальных и творческих задач, в процессе организации наблюдений, изучение профессионального опыта и т.д.;

экстраполяцию приобретенных профессиональных умений и навыков в области самообразовательной деятельности. При обучении кадров эффективными являются такие формы обучения, как наблюдение за деятельностью коллег, организация выездных практических занятий, стажировок, анализ собственной деятельности, ознакомление с опытом организации самообразования коллег, опытных специалистов, индивидуальные практические занятия, специальные учебные занятия, связанные с определением целей, планированием, программированием самообразования, деловые игры с применением приобретенных умений и навыков в деятельности и тому подобное;

- пользование средствами самовоспитания, самопознания;

- способность получать, обрабатывать и использовать необходимую информацию;

- культуру умственного труда, применение научной организации труда в самообразовании работников.

Предоставление работнику реальной свободы выбора предполагает, что последнее слово, выбор, решение все же остаются за ним.

На основе вышеизложенного предлагаются такие меры, которые могут использоваться в осуществлении самообразовательной деятельности персонала предприятия:

1) систематическое консультирование по выбранным проблемам самообразования, советы по любым вопросам организации самообразования;

2) помощь работнику в создании адекватных потребностям общества и лицам, «модели» личностных качеств, которые будут направлять дальнейшую самообразовательную деятельность;

3) содействие осознанию того, что главным средством самопроверки и саморазвития персонала является самостоятельная практическая деятельность; знания, умения и навыки совершенствуются в его практической деятельности;

4) ориентация персонала в определении слабых сторон, пробелов в знаниях, умениях, навыках, качествах и советах относительно возможных средств устранения от недостатков;

5) предоставление работникам необходимой информации, расширения их представлений о возможных информационные источники и способы их использования, обеспечения свободного доступа персонала к различным источникам информации;

6) подготовка и издание учебно-методической и дополнительной литературы по актуальным проблемам организации самообразования работников.

Заключение. Оказание помощи в самообразовательной деятельности не должно ограничиваться указанными моментами, этот перечень можно продолжить. Для того, чтобы у работника появилось такое желание, нужно, чтобы у него была уверенность, что ему не откажут, сделают для него все возможное.

Список литературы

1. Шахова И.Н. Самообразование как коммуникативное взаимодействие: социологический анализ:автореф. дис. канд. социол. наук / И.Н. Шахова. – Екатеринбург, 2006. – 166 с.
2. Крутова А.В. Формирование мотивационной модели управления саморазвитием организации: дис. канд. экон. наук / А.В. Крутова. – Екатеринбург: Ин-т экономики УрОРАН, 2014. – 222 с.

УДК 331.4

К ВОПРОСУ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ»: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Дариенко О.Л., Попова Е.С.
Автомобильно-дорожный институт
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк, ДНР
inst@adidonntu.ru

Введение. В условиях экономического кризиса и динамических рыночных изменений обострилась проблема повышения эффективности деятельности предприятий, решение которой во многом зависит от рационального использования и развития кадрового потенциала. Стоит заметить, что теоретические подходы к определению сущности понятия «кадровый потенциал», его генезиса, эволюции в условиях информационно-технологического способа производства остаются предметом научных исследований.

Теоретические аспекты трактования понятия сущности кадрового потенциала предприятия получили значительное развитие в трудах С.Н. Апенько, Е.А. Борисовой, В.Р. Веснина, А.П. Егоршина, А.Е. Илларионова, А.Я. Кибанова, К. Мацусита, А. Морита, Ю.Г. Одегова, В.П. Пугачева, Е.П. Третьяковой, С.В. Шекшня и др. Отдавая должное трудам ученых, нужно отметить, что в научной литературе отсутствует единство мнений в понимании сущности кадрового потенциала, что предопределило актуальность настоящего исследования.

Целью исследования является систематизация теоретических подходов к определению сущности кадрового потенциала предприятия в аспекте новых направлений экономического развития.

Основная часть. Термин «кадровый потенциал предприятия» получил широкое распространение в период перехода от экстенсивного к интенсивному способу развития производства. Данный период характеризуется тем, что общество стало не только более заинтересованным, но и зависимым от развития потенциала, заложенного в человеке. Интеллектуальные способности человека, его одаренность, умение генерировать новое знание, творчество, инициатива, социальные связи становятся решающими стратегическими ресурсами развития экономики и общества в целом.

В результате, к началу XXI в. в экономике сформировались и нашли широкое распространение такие понятия, как «трудовые ресурсы», «человеческие ресурсы», «персонал», «трудовой потенциал», «кадры», «кадровый потенциал», «рабочая сила» (рис. 1). В этом проявилась своеобразная реакция науки на необходимость практики обеспечить качественное совершенствование формирования и использования

соответствующих возможностей работника как совокупного объекта производства и управления.



Рис. 1. Основные составляющие категории, связанные с формирование кадрового потенциала предприятия

Таким образом, можно констатировать, что наличие такого многообразия базовых категорий, отражает многогранность, важность и одновременно сложность проявления человеческого фактора на современном этапе.

Как уже отмечалось выше, среди ученых нет единого подхода к определению содержания понятия кадровый потенциал предприятия. Основные подходы к трактованию данной дефиниции представлены в табл. 1.

Заключение. Проведенные исследования позволяют судить о наличии разногласий в понимании сущности кадрового потенциала предприятия и в определении его составных частей.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что кадровый потенциал предприятия – это сложное, многогранное понятие, под которым целесообразно понимать совокупность способностей работников, возникающие в результате синергетического эффекта на уровне социально-экономической системы во время их взаимодействия, позволяющих превратить возможности и сильные стороны предприятия в определенный момент времени в готовый и конкурентоспособный

продукт или услугу, создать дополнительную стоимость, обеспечить рост стоимости предприятия и его устойчивое развитие.

Таблица 1

Основные подходы к трактованию сущности понятия «кадровый потенциал предприятия» в современной экономической мысли

Источник	Сущность понятия
В.Я. Афанасьев, И.К. Корнев [1]	совокупность способностей всех людей, которые заняты в данной организации и решают определенные задачи
С.В. Андреев [2]	обобщающая характеристика совокупных способностей и возможностей постоянных работников предприятия, имеющих определенную квалификацию, прошедших предварительную профессиональную подготовку и обладающих специальными знаниями, трудовыми навыками и опытом работы в определенной сфере деятельности эффективно выполнять функциональные обязанности и давать определенные экономические результаты в соответствии с текущими и перспективными целями предприятия
Л.В. Балабанова [3]	предельная величина возможного участия работников с учетом их компетентности, интересов, психофизических особенностей, мотиваций
Н.Р. Балынская [4]	возможности определенной категории рабочих, специалистов, других групп работников, которые могут быть приведены в действие в процессе трудовой деятельности в соответствии с должностными обязанностями и поставленными перед обществом, регионом, коллективом целями на определенном этапе развития
А.И. Кравченко [5]	скрытые, пока ещё не использованные возможности и способности, своего рода скрытые резервы
И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабыкова, И.Ю. Унгаева [6]	важнейшая интегральная характеристика персонала, представляющая собой его максимальные возможности по достижению целей предприятия и выполнению поставленных перед ним задач

Список литературы

1. Афанасьев В.Я. Введение в государственное управление / В.Я. Афанасьев, И.К. Корнев. – М.: Инфра-М, 2012. – 192 с.
2. Андреев С.В. Кадровый потенциал и проблемы занятости в условиях перехода России к рыночным отношениям / С.В. Андреев. – М.: Изд-во ин-та социологии, 1997. – 360 с.
3. Балабанова Л.Б. Управління персоналом: [навч. посібник] / Л.Б. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Професіонал, 2006. – 512 с.
4. Балынская Н.Р. Система управления кадровым потенциалом современной организации / Н.Р.Балынская, Н.В.Кузнецова, О.Н.Синицына // Вопросы управления. – 2016. – № 2 (20). – С. 214-220.
5. Кравченко А.И. Трудовые организации: структура организации, поведения / А.И. Кравченко. – М.: Юрист, 2001. – 127 с.
6. Хунгуреева И.П. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.П. Хунгуреева, Н.Э. Шабыкова, И.Ю. Унгаева. – 2014. – 240 с.

УДК 331.101.36

ЗАКОН ПАРКИНСОНА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Елисеева Н.А., Глотова Е.О.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
katya.glotova@gmail.com

Введение. На сегодняшний день, когда многие процессы, связанные с производством товаров или предоставлением услуг, динамическими темпами стремятся к автоматизации, человеческий капитал приобретает наибольшую актуальность в современных организациях. Однако на практике имеют место обстоятельства, при которых субъект управления под влиянием ментальных ловушек сознания или преследуя личные цели, выстраивает неэффективную работу своего отдела, тем самым снижает производительность организации и не использует весь её потенциал.

Целью исследования является изучение законов Паркинсона в деятельности организаций, анализ их влияния на системы управления в отечественных предприятиях и учреждениях.

Основная часть. Законы Паркинсона являются доказательством того, насколько могут быть несовершенны системы управления и, в свою очередь, отображают ментальные ловушки, в которые попадают участники управленческого процесса в деятельности предприятия либо государственного учреждения. Сирил Норткот Паркинсон – британский военный историк, писатель, драматург, журналист, автор работ по проблемам бизнеса, менеджмента и политологии [1].

Долгое время прослужив в бюрократической среде, Сирил Норткот написал труд на основе собственных наблюдений и умозаключений касательно этой сферы. Паркинсон, наблюдая за деятельностью бюрократических структур, выявил определенные закономерности, впоследствии систематизировал их и сформулировал законы Паркинсона.

Один из законов Паркинсона гласит, что общий объём труда всегда будет увеличиваться, чтобы заполнить собой всё отпущенное на работу время. К примеру, если начальник поручил подчиненному некое дело и установил определенные сроки на его выполнение, то служащий все это время будет занят выполнением поставленной задачи. Даже если работник поймет, что у него есть возможность завершить поручение раньше, он, в любом случае, растянет его на тот период, который отвел ему для работы руководитель, находя для этого объективные причины и неосознанно придумывая сложности. В основном, в этой области закон Паркинсона проявляется чаще обычного и ярче выражен в госучреждениях. Психика людей устроена так: чем больший отрезок времени дается для выполнения задания, тем более важным и серьезным оно кажется. Есть в этом и другая сторона – находясь на работе, проще создать иллюзию бурной

деятельности, чем признаться себе и начальству в своей состоятельности выполнять некоторые задания быстро, и тем самым высвобождать большее количество свободного времени.

Еще одно заблуждение – уверенность в том, что на выполнение важных задач должно выделяться больше времени. Ко всему прочему, из-за того, что завершение работы влечёт за собой начало новой, а если, например, у работника фиксированный график и оклад, то у него нет дополнительной мотивации осуществлять больший объём работы [3]. На рис. 1. графически отображена взаимосвязь между усилиями работника и выделенного ему времени на осуществление какой-либо работы. В начальном промежутке выделенного времени усилия работника достигают своего максимума, однако после этого усилия работника постепенно стремятся к нулю. Следует отметить, что может быть такая ситуация, когда в начале прикладывается минимум усилий, однако к приближению окончании времени усилия постепенно возрастают. Таким образом, руководителю требуется подбирать оптимальное время для определенных заданий своим работникам

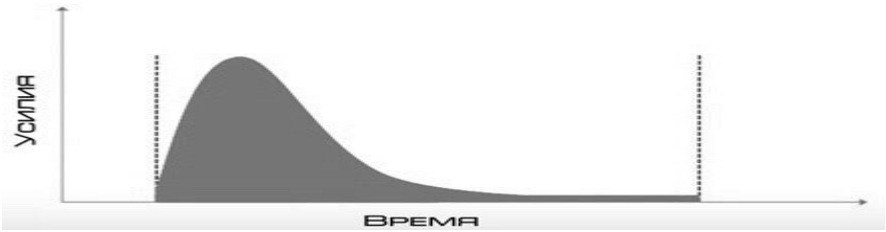


Рис.1. Графическое отображения первого закона Паркинсона

Из этого закона вытекает ряд положений. Рассмотрим эти положения на примере работы аппарата чиновников.

1. Чиновники множат себе подчиненных, а не соперников.
2. Чиновники работают друг для друга.

Для лучшего понимания, первое положение рассмотрим на абстрактной ситуации. Допустим, некоторый чиновник А в силу определенных причин уже не может в полной мере справляться с объемом поставленных задач.

У него есть, как минимум, 3 пути решения данной проблемы:

1. Он может сложить полномочия.
2. Попросить себе в помощь чиновника B.
3. Попросить себе двух подчиненных, C и D.

Третий путь решения для чиновника самый выгодный, потому что сложа полномочия преждевременно, он не может рассчитывать на пенсию. Разделив работу с другим чиновником, он рискует получить соперника и не попасть на вакантное место S, в случае его освобождения. Таким образом, менее рискованно нанять двух подчиненных, тем более, что они

придадут ему значимость в глазах других чиновников. После совершенных вышеописанных действий, спустя время, один из подчиненных также может захотеть себе подчиненных, обосновывая данную просьбу своей загруженностью. Из этого следует, что теперь работу, которую должен был делать один человек, делают несколько. В настоящий момент времени данные закономерности находят свое отражение в государственном аппарате РФ.

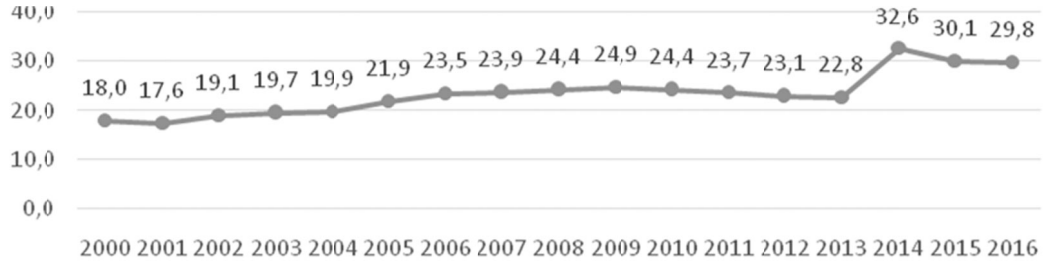


Рис. 2. Численность работников государственных органов и органов местного самоуправления на 1000 человек занятых в экономике в России [5]

Опираясь на полученные статистические данные, можно сделать вывод о том, что численность чиновников на 1000 человек занятых в экономике постоянно растет и за последние 15 лет увеличилась в 1,7 раза. Данная тенденция свидетельствует о постепенной бюрократизации государственного аппарата управления РФ. Во многом данный процесс может протекать из-за особенностей деятельности бюрократических структур, которые вывел Паркинсон.

Заключение. В современном мире время является важным ресурсом для организации, которым не следует пренебрегать. От эффективного и рационального использования времени зависят результаты множества протекающих процессов в организации и, в частности, деятельность каждого сотрудника. Поэтому руководитель должен стремиться взвешенно распределять задачи и выделять время для выполнения этих задач.

Список литературы

1. Паркинсон С.Н. Законы Паркинсона / С.Н.Паркинсон. – М.: Прогресс, 1989. – 279 с.
2. Сирил Норткот Паркинсон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.epwr.ru.
3. KLADVSEBE.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kladvsebe.ru/samorazvitie.
4. 4BRAIN [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://4brain.ru.
5. Федеральная служба государственной статистки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/.

УДК 331.108:331.108.22:331.108.23:331.108.24

ИЗУЧЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРИЧИН ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ СТАБИЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

Елисеева Н.А., Заводчикова А.Е.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
volotko_na@mail.ru

Введение. В связи с непрерывным развитием нынешней экономики одной из главных целей руководителей организаций является создание сплоченного трудового коллектива, который будет своевременно реагировать на изменения внутренней и внешней среды. Однако недостаточно лишь создание такого коллектива, важнымявляется его сохранение в непростых современных условиях.

Вопросы стабилизации кадров и, в частности, трудоспособных групп, находят широкое развитие в трудах отечественных ученых, а также специалистов ближнего зарубежья. Актуальность данной тематики рассматривается в работах Н.В. Анишиной, А.Г. Антипьева, Н.П. Борецкой, В.Г. Асеева, Н.Н. Мокляк, Д.С. Витман, Н.Д. Лукьянченко, А.М. Колота, В.В. Новикова, Ю.И. Павленко, В.Д. Роика, М.Н. Руткевич и других.

Целью данного исследования является рассмотрение понятия «стабилизация кадров», изучение основных причин текучести кадров, а также разработка предложений по устранению высокого уровня текучести персонала для формирования стабильного трудового коллектива в организациях.

Основные результаты. Актуальность обращения к теме стабилизации кадров на предприятии обусловлена тем, что в современных условиях стабильность кадров в организации необходима для непрерывного развития предприятия.

Стабильность кадров подразумевает собой состояние работника, обусловленное его установкам относительно устойчивого пребывания в организации. Стабилизация является процессом, при котором действия руководства организации направлены на устойчивое нахождение эффективного сотрудника в организации [2, с. 6].

Высокий уровень стабильности кадров считается одним из лучших показателей деятельности организации и по значимости не уступает ни полученной прибыли, ни качеству производимой продукции.

По мнению Д.С. Витмана, ключевым моментом стабильности считается лояльность руководства компании и общее желание сотрудничества в продолжительном периоде. Перечисленные факторы означают приверженность работника организации, в которой он трудится, и проявляется она в желании эффективно работать [1, с. 38].

Руководство однозначно должно заботиться о сохранности кадрового состава своего предприятия, чтобы не вызвать такое явление, как высокая текучесть кадров.

Основной проблемой сохранности коллектива считается текучесть кадров. Текучесть считается естественным явлением для любой организации, однако превышение естественного уровня будет негативно отражаться на деятельности организации и снижать шансы на успешную стабилизацию кадров, особенно если в числе увольняющихся есть высококвалифицированные сотрудники.

Основными причинами текучести кадров являются:

1. Несправедливая оплата труда. В основном, материальная мотивация является важным фактором влияния на персонал организации. Исходя из этого, первый шаг к стабилизации кадров – это оценка сложности труда каждого работника для выявления некорректных ставок.

2. Неблагоприятные условия труда. Чувство комфорта на рабочем месте непосредственно влияет на удовлетворенность работника трудом. В данном случае следует проанализировать часы работы, оборудование, освещение, систему отопления и кондиционирования, а также эргономику рабочих мест. После анализа следует разработать мероприятия по улучшению условий труда в организации.

3. Неполноценная адаптация работника. Зачастую в организации отсутствует система адаптация новых сотрудников. Работник, придя на новое рабочее место, сталкивается с уже сплоченным коллективом. Руководитель недостаточно времени уделяет знакомству вновь прибывшего работника с уже сплотившимся коллективом, что может стать причиной увольнения работника, а также речь идет о трудовой адаптации – новый работник не знаком с рабочим процессом организации и не осведомлен, что ему требуется делать. Выходом из этой ситуации является наставничество.

4. Отсутствие карьерного роста и повышения квалификации. Для устранения данной причины текучести кадров руководству организации следует разработать программу развития персонала.

5. Несоответствие выполняемой работы и уровня квалификации [1, с. 53-55].

Стабилизация кадров является трудоемким процессом. Стабилизировать кадровый состав можно посредством применения следующих методов:

1. Метод социального воздействия (медицинская страховка, организация корпоративных мероприятий, льготы на приобретение путевок в оздоровительные комплексы).

2. Улучшением социально-психологического климата в коллективе.

3. Индивидуальный подход к каждому работнику.

4. Метод материального и нематериального стимулирования (мотивационная программа, премирование, справедливый уровень заработной платы) [3, с. 281].

Также существуют объективные параметры стабилизации персонала, например [4]:

1. Социально-статусный параметр – разработка должностной сетки.
2. Социально-технологический параметр – разделение труда в коллективе.
3. Социально-ролевой параметр – возможность проявления творческой самореализации.

Заключение. Таким образом, можно заключить, что стабилизация кадров является не только совершенствованием процесса расстановки, планирования и перемещения кадров, но также развитием всего трудового коллектива и организации в целом. Стабилизация кадров позволяет обеспечить динамическую устойчивость, а также достичь и сохранить на приемлемом уровне качественные и количественные параметры человеческих ресурсов организации.

Список литературы

1. Алферова Я.И. Стабилизация персонала в организации / Я.И. Алферова // Вестник СПБГУ. – 2012. – №8(16). – С. 5-14.
2. Витман Д.С. мотивация и стабильность персонала в организации / Д.С. Витман. – СПб: Норма, 2004. – 188с.
3. Ленская И.Ю. Стабилизация и удержание персонала: понятийный анализ / И.Ю. Ленская // Вестник Волгоградского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ. – 2016. – №2. – С. 279-282.
4. В помощь HR-специалисту. Справочник квалификационных характеристик профессий работников [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.jobs.ua/info.

УДК 331.101.3

КОУЧИНГ КАК ОДИН ИЗ МОТИВАЦИОННЫХ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

Карпенко Н.А.

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

n.karpenko@donnu.ru

Введение. В современных условиях динамично меняющейся внешней организационной среды жизнеспособными оказываются такие организации, которые фокусируются на постоянном развитии системы, обучении персонала, освоении новых технологий, раскрытии и развитии потенциала сотрудников.

Одной из современных персонал-технологий, способствующих не только раскрытию внутреннего потенциала сотрудников, но и повышению мотивации, определяющей эффективность современной работы, является

коучинг. Это система принципов и приемов, соответствующих развитию потенциала личности и группы, совместно работающих людей, а также обеспечивающих максимальное раскрытие и эффективную реализацию этого потенциала.

Исследованию теоретических и практических основ коучинга посвящены труды таких зарубежных и отечественных ученых, как Э. Парслоу, М. Рэй, Дж. Уитмор, Т. Голви, Т. Дж. Леонард, Д. Гоулман [1] А.Д. Савкин, М.А. Данилова и др.

Целью работы является исследование и систематизация основных аспектов коучинга как инновационного подхода в развитии персонала организации.

Основные результаты. В то время как об индивидуальном коучинге написано много статей и работ, проблемы командного коучинга остаются относительно малоизученными.

Коучинг (от анг. coaching – наставничество, воодушевление, тренировка) – это форма социального взаимодействия, позволяющая людям осознать и принять ответственность. Коучинг является новым и перспективным методом работы с организациями, их руководителями и командами.

Сущность коучинга и его значение для организации проявляется в тех процессах, которые инициируются коуч-руководителем (практикующим коучинг в управлении персоналом), который создает определенный стиль взаимодействия между сотрудниками. Для этого необходимо, чтобы руководитель обладал высоким уровнем эмоциональной компетентности. По исследованиям Гарвардского университета, эффективность руководителя только на 15 % определяется его интеллектом (IQ), а на 85 % – эмоциональной компетентностью (или эмоциональным интеллектом – EQ). Развитые навыки эмоциональной компетентности позволяют руководителю рассматривать свои эмоции и эмоции своих подчиненных как управленческий ресурс и благодаря этому повышать эффективность своей деятельности и организации в целом. Top-менеджеры западных фирм учитывают этот фактор, что позволяет им лучше использовать имеющиеся профессиональные знания и опыт, быть более успешными и уверенными в себе, достигать своих жизненных целей.

Исследования Д. Гоулмана [1], профессора Гарвардского университета, показали, что великая революция XXI века состоит в реванше чувства над интеллектом. Если ранее критерием способностей человека к успехам в той или иной профессиональной деятельности служил интеллектуальный коэффициент (IQ), то в настоящее время он уступает место эмоциональному коэффициенту (EQ). Наивысшее значение IQ наблюдается в возрасте 17 лет и с возрастом не изменяется, а в старости падает. EQ повышается с возрастом, пик достигает к 40-49 годам и замирает. Следовательно, понимание своих эмоций, умение их

контролировать, развивать у себя способность высокой мотивации, правильно распознавать эмоции других людей и грамотно выстраивать с ними отношения определяют эффективность современного руководителя.

Анализ мировой практики применения коучинга и результаты мероприятий укрепили убеждение, что человек, использующий коучинг как метод обучения и развития, должен соответствовать высоким личностным и профессиональным стандартам. Если сотрудник занимает руководящую должность, это еще не означает, что он автоматически может использовать коучинг в своей работе.

В советское время значительное внимание уделялось самообразованию рабочих масс и инициативных людей, которые хотели учиться. Государство их поддерживало. В это время раскрылся талант великих ученых и изобретателей (Курчатов, Королёв и многие др.). В этот период активно шла вторая пятилетка, и темпы прироста ВВП СССР исчислялись в десятках процентов. Поэтому успехи в строительстве и управлении человеческими ресурсами приписывались отдельным управленцам. И. Сталин впервые произнес фразу: «Самый ценный капитал – это люди. Кадры решают все» (1935 г.). В это время было положено начало значительного развития советского человечества, но к сожалению отложено на время Второй мировой войны. Фраза была сказана, чтобы обратить внимание на важность образования и профессиональных умений человека при подходе к решению управленческих вопросов. Важен правильный подбор кадров, которые реализуют цели организации в целом или отдела. Именно поэтому организации хотят иметь самый квалифицированный персонал и готовы проводить тщательный отбор кандидатов.

Одним из последствий перехода России к рыночной экономике является то, что в жизни каждого жителя бывшего СССР деньги заняли гораздо более важное место, чем 20 лет назад. Изменилась задаваемая обществом система ценностей, и что интересует нас в большей мере – это система мотивов профессиональной деятельности. Проблема мотивации и мотивов поведения в деятельности – одна из центральных изучаемых проблем. Например, ПАО «Сбербанк России» создал Управление производственной системой Сбербанка (ПСС) на базе программы обучения Международного Эриксоновского Университета Коучинга (МЭУК) как элемента стратегии на повышение производительности, качества обслуживания, мотивации, удовлетворенности и вовлеченности персонала в изменения. Основными направлениями внедрения изменений для ПСС являются процессы, система управления и мышление сотрудников. Как инициаторы и проводники изменений в Сбербанке специалисты ПСС обогатили свой инструментарий новыми навыками, которые позволят им делать свою работу более осознанно и продуктивно, используя все разнообразие подходов к решению творческих задач и новый уровень взаимоотношений, которые предлагает Эриксоновский коучинг.

Из вышеизложенного следует, что можно применить опыт ПАО «Сбербанка России» и провести ряд тренингов среди работников Центрального Республиканского Банка Донецкой Народной Республики (ЦРБ ДНР) по предложенной программе МЭУК и внедрить данное обучение в производственный процесс ЦРБ ДНР.

Заключение. Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что коучинг представляет собой достаточно перспективный метод персонал-технологий раскрытия творческого потенциала работников, так как развитие персонала выгодно любой организации. Вложенные в человеческие ресурсы инвестиции оправдывают себя при разработке рациональной системы развития и обучения персонала. Каждая организация может таким образом подготовить сотрудников с требуемым уровнем компетенции.

Список литературы

1. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки; Пер. с англ. – 3-изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 301 с.
2. Савкин А., Данилова М., Коучинг по-русски – смелость желать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.trening-spb.com/Savkin%20A.doc.
3. Ассоциация карьерных профессионалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.acprussia.ru/ru/content/karernyy-kouching-i-motivaciya-personala.

УДК [005.342:005.95]:640.43

ИННОВАЦИОННОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Крылова Л.В., канд. техн. наук, доцент, ***Македон Е.А***.
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
eliz-makedon@yandex.ru

Введение. За последние несколько лет в сфере ресторанного бизнеса изменился подход к разработке стратегии предприятия, включая и стратегический менеджмент персонала.

Целью данной работы является исследование инновационного стратегического управления персоналом, являющегося фактором эффективного и успешного функционирования предприятий ресторанного хозяйства.

Основная часть. Исследования современного рынка ресторанного бизнеса показывают, что стратегия должна быть известна не только

руководителям высшего звена, которые производят политику организации, но и рядовым сотрудникам для эффективной реализации поставленных задач и достижения определенных реальных целей.

Стратегия управления персоналом непосредственно связана с кадровыми решениями, которые оказывают существенный эффект на занятость и развитие работников на предприятии для достижения стратегических целей [1].

Инновационное стратегическое управление является базисом эффективного развития ресторанного бизнеса в условиях современных рыночных отношений для обеспечения конкурентоспособности.

Наличие в организации стратегии управления человеческими ресурсами означает, что:

- во-первых, представители институционального уровня управления (топ-менеджеры) осуществляют общее и стратегическое руководство и принимают на себя ответственность за разработку и внедрение определенной стратегии;

- во-вторых, целенаправленно привлекают работников предприятия;

- в-третьих, стратегия развития человеческих ресурсов и стратегия развития организации в целом является сложнейшей взаимосвязанной системой;

- в-четвертых, между различными компонентами внутри самой стратегии управления существует тесная взаимосвязь [2].

Выбор эффективной стратегии управления персоналом осуществляется на основе тщательного и детального анализа, что является сложнейшей многогранной задачей. Это обусловлено тем, что при принятии принципиальных кадровых решений, в первую очередь, необходимо провести анализ различных факторов: экономических, социальных, политико-правовых, национальных и др. Данные факторы находятся в тесной взаимосвязи друг с другом. Одни факторы непосредственно воздействуют на работников предприятия, а другие – влияют косвенно.

Рассмотрим инновационную стратегию управления, которая является наиболее актуальной и эффективной на современном этапе развития ресторанного бизнеса.

Такая стратегия управления человеческими ресурсами характеризуется наличием у персонала склонностей к внедрению нововведений в различных сферах деятельности предприятия.

Условия реализации стратегических инноваций создаются соответствующим комплексом – стимулированием инициативы работников, творческим характером труда и т.п. и осуществляются через сокращение издержек производства [3].

При данном подходе необходимым является обеспечение оптимальных условий для инновационной деятельности работников предприятия, непрерывное усовершенствование профессиональных знаний персонала.

Формирование новых деловых, административно-организационных, социально-психологических качеств менеджеров, информационно-техническое, правовое и социальное обеспечение трудового процесса позволяет эффективно использовать инновационный потенциал для развития предприятий ресторанного хозяйства [4].

Заключение. Подводя итоги вышесказанному, нами было установлено:

1. Инновационное стратегическое управление персоналом в ресторанном бизнесе – сложнейший многогранный процесс.
2. Осуществление данного процесса обеспечивает успешное развитие предприятий и зависит не только от компетентности руководителей высшего звена, но и от представителей других уровней управления.
3. На данном этапе исследование внедрения инноваций в стратегическом управлении имеет важнейшую значимость для решения сложного комплекса вопросов эффективного экономического развития ресторанного бизнеса.

Список литературы

1. Лайко М.Ю. Стратегическое управление гостинично-ресторанным комплексом / М.Ю. Лайко, Т.В. Сорокина. – М.: Изд-во РЭА им. Г.В.Плеханова, 2011. – 99 с.
2. Ковалева Н.И. Инновационные методы управления персоналом в индустрии гостеприимства / Н.И. Ковалева, Е.Ю. Никольская. – УФА: АЭТЕРНА, 2015. – 20 с.
3. Борис О.А. Эффективные стратегии мотивации инновационной деятельности / О.А. Борис, О. Н. Бондаренко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sworld.com.ua/index.php/uk/management-and-marketing/hr-management/1605-boris-bondarenko-oa-oh (дата обращения: 9.09.2019).
4. Вотякова И.В. Оценка эффективности инновационного развития кадрового потенциала социально-экономической системы: современный аспект/ И.В. Вотякова // Управление персоналом. – 2010. – №2. – С. 44-46.

УДК 331.5-027.543-043.86

РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Лукьянченко Н.Д., д-р экон. наук, профессор, ***Писарева Ю.С.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
micra001@bk.ru

Введение. В современном мире происходит непростой и противоречивый процесс глобализации экономики, в рамках которого наблюдаются серьезные изменения во всей системе мирового хозяйства. Рынок труда является важной подсистемой экономики, и его реальное

состояние оказывает существенное воздействие на развитие экономики как отдельного региона, так и любой страны в целом.

Целью данной работы является исследование изменений и перспектив мирового рынка труда.

Основная часть. Основательные перемены в процессах трудовой деятельности, в организации труда, в структуре занятости, в трудовых отношениях ставят перед экономической наукой проблему эволюции мирового рынка труда. В данных условиях на первый план выходит изучение вопросов международной миграции и проблем международного регулирования трудовых отношений.

Мировой рынок труда представляет собой значимый элемент мирового хозяйства. В современных условиях его можно расценивать как комплексность отдельных региональных международных рынков труда. По структуре и характеру эти рынки отличаются друг от друга.

Наиболее развитый международный рынок труда образовался в странах Европейского Союза, где есть свобода перемещения работников и стандартизация трудового законодательства. Для Италии характерна как внешняя, так и внутренняя миграция, преимущественно с юга на север страны. В Германии на иностранцев приходится приблизительно 13 % – 15 % занятых. Специфика рынка труда и миграционной политики Франции, Англии, Нидерландов заключается в их связи с прошлыми колониями, которые являются значительным поставщиком трудовых ресурсов в эти страны [1].

Согласно докладу международного исследовательского центра The Economist Intelligence Unit, в ближайшие 10-15 лет для мирового рынка труда и бизнеса будут характерны некоторые ключевые тенденции [2]:

1. Продлятся глобализационные процессы, увеличится экономическая мощь азиатских государств, таких как Китай и Индия.

2. Произойдут существенные демографические изменения во всем мире, перераспределение и улучшение трудовых ресурсов. В развитых странах увеличится средний возраст работников.

3. Эффективное взаимодействие между компаниями приведет их к дальнейшему росту и открытию новых подразделений.

4. Товары и услуги станут более персонализированными и ориентированными на потребителя.

5. Компании будут стремиться к самосовершенствованию и гибкому реагированию на запросы клиентов.

Особый интерес уделяется уровню развития человеческого капитала Европы. Благодаря этому одной из наиболее сильных сторон активной политики занятости в ЕС считается подготовка и переподготовка рабочей силы [3]. Важным критерием регулирования занятости является социальный диалог между предпринимателями и работниками при активном участии государства. Необходимо отметить, что с созданием

регионального рынка труда роль государства никак не убавилась, а видоизменилась – сейчас многие полномочия представлены на наднациональном уровне, на уровне европейского государства.

Технологии и технологическая трансформация несут большие изменения на рынок труда, а креативность становится главной составляющей в успешной работе сотрудников.

Одновременно с высвобождением рабочих мест будут появляться и новые рабочие места, к ним предъявляются совершенно новые требования, в том числе связанные с когнитивными технологиями и алгоритмизируемыми процессами – специалисты по IT, машинному обучению, BigData, робототехнике и т.п. В зависимости от того, будут ли приняты вовремя меры по сохранению рабочих мест или созданию «новой занятости», сокращение рабочих мест сможет или не успеет быть скомпенсировано этой «новой занятостью». В лучшем случае все сокращенные рабочие места могут быть замещены новыми профессиями, в худшем – не более половины. Однако при должном обучении роботизация приведет даже к росту занятости и зарплат, стимулируя спрос на высококвалифицированный труд.

Изменятся и функции HR-служб, которые начнут целенаправленную борьбу за таланты; возможно, отслеживание и развитие способностей будет начинаться со школьного и даже дошкольного возрастов. Сами предприятия начнут не только потреблять человеческий капитал, но и активно вкладываться в его развитие. Основным активом станет человеческий капитал, а ядром мотивации – социальные факторы и бренд работодателя. Впрочем, некоторые сценарии предполагают, что через 10-20 лет функция HR в её нынешнем виде исчезнет или значительно сузится: её постепенно заменят автоматизация, аутсорсинг и самоорганизующиеся команды. Эксперты отмечают, что формы привлечения и мотивации персонала станут более гибкими и разнообразными. Опираясь на уже существующие тренды, исследователи предсказывают бурный рост на рынке труда удаленной работы, фриланса, самозанятости, аутсорсинга, временных проектных команд. Система образования будет подтягиваться за требованиями компаний и общими вызовами рынка труда. В целом, всем придется обучаться новому – те профессии, что сохранятся, будут серьезно изменены, даже представителям рабочих специальностей придется постоянно повышать уровень знаний. Обычной практикой станет непрерывное образование – «lifelongleaning» – обучение и развитие в течение всей жизни.

Заключение. Следует отметить, что в скором времени система образования в целом будет пересмотрена и, возможно, создана заново, как вариант – в едином всеобщем образовательном пространстве. Образовательный процесс станет более гибким и индивидуализированным, получат дальнейшее развитие online- и смешанные формы обучения.

Ученые заявляют, что 2/3 нынешних первоклассников будут работать по профессиям, которых в настоящее время не существует. Главное – вовремя заметить процесс и включиться в ход даже не обновления образования, а создания принципиально новых его систем.

Список литературы

1. Современные тенденции развития международного рынка труда [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека. – Режим доступа: https://studopedia.su/2_50491_sovremennie-tendentsii-razvitiya-mezhdunarodnogo-rinka-truda.html (дата обращения 10.09.19).
2. Международный исследовательский центр The Economist Intelligence Unit [Электронный ресурс] // The Economist Intelligence Unit. – Режим доступа: https://www.eiu.com/home.aspx (дата обращения 10.09.19).
3. Баженова, О.В. Мировой рынок труда в условиях глобализации [Электронный ресурс] // Электронная библиотека диссертаций. – Режим доступа: https://www.dissercat.com/content/mirovoi-rynok-truda-v-usloviyakh-globalizatsii (дата обращения 10.09.19)
4. Мировая экономика глобальные тенденции за 100 лет [Текст] / под ред. И.С. Королева. – М.: Юристь. – 2003. – 603 с.
5. Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе: переходный период и дальнейшее развитие [Текст] / под ред. Н. Барра; пер. с англ. Под научной редакцией С. Кадомцевой. М.: Икб «ДИС», 1997. – 456 с.

УДК 331: 332.13

МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТОЙНОГО ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Миронова Е. М., канд. физ.-мат. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
mironova_em@mail.ru

Введение. В работе проведен анализ ключевых факторов качества трудовой жизни, на основании которого обоснована необходимость активного внедрения системы достойного труда на предприятиях. Предложен механизм обеспечения условий достойного труда на принципах социального партнерства.

Реформирование системы социально-трудовых отношений, приемлемых для социально-ориентированной рыночной экономики должно предусматривать обеспечение свобод и прав человека (как наемного работника, так и работодателя), расширенное воспроизводство рабочей силы, стабильность и эффективную занятость, защиту рынка труда, достойный труд и его оплату, социальную защиту и социальное обеспечение.

К сожалению, сейчас ситуация в сфере социально-трудовых отношений является напряженной и, как и раньше, остро стоят проблемы

безработицы, низкий уровень заработной платы и прожиточного уровня, гендерной политики и др.

Цель. В связи с этим возникла задача сделать анализ ключевых факторов качества трудовой жизни и разработать механизм обеспечения условий достойного труда на предприятиях Донецкой народной республики.

Основные результаты. Несмотря на некоторые попытки реализации концепции достойного труда и реформирования сферы социально-трудовых отношений, ситуация остается сложной и требует активизации деятельности не только государственных органов, но и самих работодателей и работников предприятий.

Множество предприятий Донецкой Народной Республики, прежде всего, высокотехнологичных отраслей, оказались в ситуации, когда спрос на рынке труда не может быть удовлетворен из-за нехватки квалифицированных работников.

Необходимо отметить, что достойная заработная плата должна давать возможность работнику обеспечить не только собственные потребности, но и обеспечивать достойную жизнь членам его семьи. По итогам работы экспертов ООН гарантированный минимум для обеспечения восстановления трудового потенциала должен составлять не менее 100 долл. США, то есть средняя заработная плата должна составлять не менее 2500 грн.

По данным Государственной службы статистики доля работников, получающих заработную плату более 2500 грн. составляет 10,4 %, в то же время заработную плату ниже прожиточного минимума получают 11,4 %, из них ниже минимальной – 6,9 %.

Индекс реальной заработной платы по ДНР в 2014 г. составил 89,6 % к соответствующему периоду предыдущего года, что говорит о снижении уровня реальной заработной платы, несмотря на ее фактический рост. Инфляционные процессы идут быстрее, чем повышение номинальной заработной платы, следовательно, покупательная способность снизилась в 2014 году.

В первую очередь необходимо обратить внимание работодателей, что приведенные данные показывают заниженная цена труда, не способствует рациональному использованию ресурсов и улучшения организации производства.

В последние годы увеличивается количество работающих в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам, и в основных видах экономической деятельности достигла уже почти 27 % их учетного количества. Вследствие ухудшения условий труда и неудовлетворительного обеспечения, работающих соответствующими средствами индивидуальной и коллективной защиты, ежегодно выявляется более 7 тыс. профзаболеваний работников. В тоже время, эффективная занятость

предполагает такое распределение трудовых ресурсов в территориальном и отраслевом разрезах, по сферам программы и видам деятельности, что создает возможность получать больше материальных и духовных благ. При этом главным критерием эффективной занятости является повышение производительности и качества труда. Итак, в процессе достижения эффективной занятости на предприятиях необходимо формировать систему социально-трудовых отношений, которая будет с одной стороны гарантировать достижение экономического эффекта для работодателя, а с другой – обеспечивать достойные условия труда при качественном выполнении работниками своих функций.

Права работников по занятости должны обеспечивать свободу организации, право на коллективные переговоры, социальную защиту от дискриминации, от использования детского и принудительного труда, а также возможность участия в принятии решений, которые могут повлиять на жизнь, независимо от пола. При этом необходимо отметить, что работодатель со своей стороны после подписания трудового договора вправе потребовать от работника полноценного выполнения трудовых функций и соблюдения правил поведения в процессе трудовой деятельности на условиях и в пределах, установленных законодательством о труде, коллективным договором и трудовым контрактом. Законодательство о труде предоставляет работодателю и работнику широкие возможности для индивидуализации условий трудового контракта. Но эти условия не должны игнорировать верховенство закона, юридическое признание и доступ работников к юридической помощи, и тем более ухудшать условия труда, уровень оплаты и социальных гарантий.

Важным элементом достойного труда является социальная защита, что предусматривает:

- прочные связи между производительным трудом и защитой тех, кто по каким-то причинам не имеет работы;

- защиту от потери или сокращения доходов вследствие безработицы, производственной травмы, материнства, отцовства, или пожилого возраста.

Социальным диалогом, как составным элементом социально-трудовых отношений, направленных на обеспечение условий достойного труда, предусмотрено, что лучшие и приемлемые для всех решения достигаются путем сотрудничества, которое является основой социальной стабильности, социального роста и устойчивого развития. Причем работники имеют права и должны быть представлены профессиональными организациями для обсуждения и решения трудовых конфликтов.

Таким образом, для реализации принципов социальной защиты и социального диалога имеет большое значение активное взаимодействие организаций работодателей и профессиональных объединений наемных работников, как равноправных и равноценных субъектов социально-трудовых отношений. Здесь основу взаимоотношений должна составлять

не диктатура класса или личности, а компромисс, согласование интересов работодателей и наемных работников путем мирных переговоров и взаимных уступок.

Итак, ключевым звеном механизма оптимизации социально-трудовых отношений в целях обеспечения достойного труда на предприятиях ДНР должен стать институт социального партнерства. Социальное партнерство – это такой тип и система отношений между работодателями и наемными работниками, при которых в рамках социального мира происходит согласование важных социально-трудовых интересов.

Достойный труд предусматривает реализацию системы принципов социального партнерства в следующих формах:

- совместные консультации;
- коллективные переговоры и заключение договоров и соглашений;
- согласование политики доходов и социально-экономической политики, включая основные критерии и показатели социальной справедливости, меры по защите национального рынка труда;
- совместное разрешение коллективных трудовых споров, предупреждение их возникновения;
- участие наемных работников в управлении предприятием;
- совместное управление представителями сторон фондами социального страхования;
- участие работников в распределении прибыли, доходов на условиях коллективного договора;
- рассмотрение претензий и разногласий между сторонами и достижения решения конфликтов путем компромисса, сотрудничества, согласования позиций;
- обмен необходимой информацией;
- контроль за выполнением совместных договоренностей.

Заключение. Реализация предложенного механизма позволит оптимизировать систему социально-трудовых отношений и повысить качество трудовой жизни, результатами чего являются:

- преодоление монополии в распределении созданного продукта путем привлечения всех субъектов общественных отношений к управлению производством;
- повышение мотивации труда с целью обеспечения высоких конечных результатов работы, которая будет способствовать повышению уровня жизни в республике;
- устранение факторов социальной напряженности в обществе и снижение на этой основе негативных экономических последствий.

Список литературы

1. Anker R. Measuring Decent Work With Statistical Indicators / R. Anker, I. Chernyshev, P. Egger // Working Paper. – Geneva, 2003. – №. 2. – 83 p.

2. Bescond D. Seven Indicators to Measure Decent Work: an International Comparison / D. Bescond, A. Chataignier, F. Mehran // International Labour Review. – 2003. – Vol. 142, № 2. – P. 179–210.
3. Bonnet F. A Family of Decent Work Indexes / F. Bonnet, J. Figueiredo, G. Standing // International Labour Review. – 2003. – Vol. 142, № 2. – P. 213–238.
4. Шаймарданов Н.З. Системный поход в концепции достойного труда / Н.З. Шаймарданов, Е.Э. Федорова // Известия УрГЭУ. – 2009. – № 3 (25). – С. 18–22.

УДК 331.108.26

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ

Рубежной А.А., канд. экон. наук, доцент, ***Лебедева М.Р.***
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»,
г. Ставрополь, РФ
marlee119@yandex.ru

Введение. На сегодняшний день управление персоналом является одной из самых важных сфер деятельности предприятия, способной значительно повысить его эффективность. Связано это с тем, что рыночные условия постоянно меняются, выдвигая всё новые требования к функционированию организации в целом и результатам её деятельности. И данные проблемы не решить только лишь при помощи, к примеру, модернизации производства или разработки новых технологий и т.п. Правильно подобранная «команда» специалистов, определённым образом мотивированных и сплочённых, – вот что необходимо для повышения эффективности и результативности производства.

Целью работы является анализ современных подходов к управлению персоналом и разработка основных способов мотивации сотрудников.

Основная часть. Управление персоналом – это целенаправленная деятельность руководства организации, направленная на достижение целей предприятия путем использования труда, опыта, таланта сотрудников с учётом их удовлетворённости трудом [2].

Управление персоналом выполняет определённые функции, главными из которых являются следующие:

- подбор и грамотное распределение кадров;
- делегирование полномочий;
- распределение ответственности между работниками;
- обучение и повышение квалификации сотрудников;
- создание соответствующих условий для трудовой деятельности;
- организация совместной работы;
- оценка профессиональных и личных качеств работников;
- мотивирование к труду и т.д.

При этом выделяют три основных метода управления персоналом, которые различаются способами воздействия на людей [2]:

1. Административные методы. Основываются на власти, дисциплине и взысканиях, имеют прямой характер воздействия, т.е. любой локальный нормативный акт подлежит обязательному исполнению.

2. Экономические методы. Базируются на использовании экономических ресурсов организации в отношении сотрудников в качестве определённых стимулов для достижения поставленных целей.

3. Социально-психологические методы. Состоят в использовании закономерностей психологии и социологии, где объектом их воздействия являются группы людей и отдельные личности.

Эффект приведённых методов управления персоналом заключается в повышении производительности труда работников, экономии ресурсов организации и повышении качества работы в целом.

При этом следует отметить, что одновременное использование данных методов в определённых пропорциях является наиболее эффективным. Рассмотрим более подробно последние две группы методов, так как именно они в наибольшей степени повышают мотивацию работников к труду. А наличие высокой производительности труда, как уже отмечалось, представляется в качестве одного из определяющих факторов влияющих на конкурентоспособность организации и, следовательно, на её успешность.

Мотивация сотрудников, как известно, являлась и является одним из важных вопросов для руководителей любого предприятия.

Так, некоторые авторы считают, что для повышения уровня мотивации сотрудников можно применить так называемый компенсационный пакет, состоящий из самой заработной платы и предоставляемых сотрудникам социальных преимуществ (оплата страховых услуг, питания, транспортных и других расходов). Причем обе составляющие должны постоянно пересматриваться, сравниваться с условиями, предлагаемыми другими предприятиями [3].

К примеру, помимо основных способов мотивации можно применять и следующие виды материальных стимулов:

- привлечение и стимулирование молодых специалистов, с дальнейшей поддержкой в плане инициативности и стремления к улучшению и росту производительности труда работников и коллективов в целом;
- повышение уровня квалификации работников;
- пересмотр способа оплаты труда и проведение мотивационных мероприятий;
- индивидуальные премии за особые заслуги;
- пересмотр заработной платы по результатам работы кадров за год;
- социальный пакет и т.д.

Однако надо понимать, что хотя материальные вознаграждения и играют главную роль в стимулировании сотрудников, они не являются

единственным способом мотивации работников. Таковыми могут быть и предоставленные отгулы, и продвижение по службе, и признание коллективом, и комфортные условия труда и т.п. Главное не превратить оплату труда в простую социальную выплату, не зависящую от личного вклада работника.

Важным фактором является кадровая политика организации, которая должна быть действенной и эффективной, а её главные задачи заключаются в следующем [3]:

- сохранение и эффективное использование кадрового потенциала;
- обеспечение высококвалифицированными кадрами органов управления и всех отраслей;
- совершенствование системы работы с кадрами;
- создание системы прогнозирования и планирования потребности в специалистах;
- повышение качества подбора кадров органов управления, кандидатур для формирования резерва кадров на основе учёта их личных и профессиональных качеств;
- совершенствование способов и методов оценки деятельности сотрудников;
- формирование эффективного механизма мотивации работы кадров и создание соответствующих условий для их профессионального развития;
- осуществление переподготовки и повышения квалификации кадров и т.д.

Заключение. Таким образом, мотивация сотрудников предприятия является основным залогом её успешности и дальнейшего процветания. Следовательно, главной задачей управляющего в настоящее время является поиск и применение эффективных методов управления, которые обеспечат высокую отдачу работников для достижения основных целей предприятия.

Список литературы

1. Кочелорова Г.В. Совершенствование порядка оплаты труда на предприятии / Г.В.Кочелорова // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2018. – С. 28-41.
2. Федина К.В. Особенности управления персоналом на малом предприятии / К.В.Федина // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2017. – № 8. – С. 114-117.
3. Фёдорова М.С. Совершенствование системы оплаты труда на предприятии / М.С.Фёдорова // Молодой ученый. – 2015. – №7. – С. 119-121.

УДК 331.108.26

ПРЕДПОСЫЛКИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Рубежной А.А., канд. экон. наук., доцент, ***Панченко Д.А.***
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь, РФ
pan4enko.demon1999@yandex.ru

Введение. Для того, чтобы руководить, необходимо уметь оказывать влияние на людей, а для того, чтобы оказывать влияние, необходимо иметь для этого специальную властную базу, представляющую собой возможность контролировать нечто очень важное для объекта управления. И что, впоследствии, можно использовать для формирования его зависимости от вас. Эту базу для власти можно представить в виде потребностей, определенных А. Маслоу. То есть власть базируется на умении удовлетворять жизненно важные потребности других людей.

Цель работы – исследование современных основ эффективного управления на предприятии, форм власти, а также некоторых часто используемых руководителями приёмов.

Основная часть. Власть может иметь разные формы. Одной из наиболее популярных на данный момент классификаций основ власти является классификация, разработанная исследователями Дж. Френч и Б. Рейвен. В соответствии с этой классификацией власть имеет пять основных форм [1]:

1. Власть, образованная на принуждении, основывается на вере объекта в то, что влияющий способен наказать его таким образом, что он потеряет возможность удовлетворения какой либо важной для него потребности, или получит ещё какой-то эффект, не соответствующий его интересам.

2. Власть, основанная на вознаграждении, прямо противоположна предыдущей форме и основывается на вере объекта в то, что влияющий может способствовать в удовлетворении важной для него потребности или сделать что-то соответствующее его интересам.

3. Экспертная власть основывается на том, что объект верит в то, что влияющий обладает специальными знаниями, которые в будущем могут позволить объекту влияния удовлетворить какую-либо потребность.

4. Эталонная власть базируется на характеристиках влияющего, которые очень привлекательны для последователя. Данная власть реализуется через харизму лидера. Чем большим он является идеалом для других – тем сильнее его власть.

5. Законная власть базируется на вере объекта в то, что влияющий имеет право отдавать приказы, а его долг – им подчиняться. Он подчиняется потому, что традиционно так сложилось, что это ведет к

удовлетворению его потребностей, поэтому законную власть часто называют традиционной. Данный вид власти является наиболее распространенным, так как законная власть проявляется, когда подчинённый выполняет приказы менеджера просто потому, что тот находится выше на иерархической лестнице.

По мере роста уровня сотрудника его способности рано или поздно приближаются к способностям руководителя, и традиционные формы власти перестают работать. В случаях, когда традиционные формы власти отсутствуют, используются такие приёмы убеждения и участия.

Участие проявляется в том, что трудящихся привлекают к выработке управленческих решений. Метод применяется крайне редко, т.к. является очень неустойчивым и требует крайне высокого уровня сосредоточения трудящихся.

Убеждение же заключается в передаче своей точки зрения. Руководитель, который влияет путём убеждения, не указывает исполнителю, что надо делать, а как бы «продаёт» ему, что нужно делать. Таким образом, исполнитель воспринимает данное задание как собственную инициативу. Данный прием характеризуется следующими преимуществами. Выполнение работы человеком, на которого влияют путём убеждения, можно не проверять, так как человек сам заинтересован в качестве исполнения своих функций. При этом имеются некоторые недостатки. Данный метод редко удаётся использовать более одного раза, присутствуют большие затраты времени на работу по убеждению, а также неопределённость, которая заключается в том, что ни один руководитель, использующий убеждение, не может быть полностью уверен в том, что подчинённый, даже согласившись с ним, сделает то, что от него требуется. Результативность использования этого способа можно повысить, если знать факторы, которые непосредственно влияют на эффективность убеждения [2]. Во-первых, управляющий должен обладать авторитетом у подчинённы, или же заслуживать доверие. Во-вторых, менеджер должен хорошо знать своих подчинённых, так как для успешного убеждения потребуется индивидуальный подход. Необходимо уметь точно определить потребности убеждаемых и апеллировать ими.

Начинать разговор стоит с мысли, которая будет устраивать объект убеждения, далее необходимо расположить к себе слушателя так, чтобы ваши слова внушали доверие. Говорить необходимо, соотнося все свои слова с интересами слушателя, а не своими собственными и как можно чаще повторяя слово «вы». Если по данному вопросу высказывается несколько точек зрения – лучше говорить последним, так как информация, воспринятая последней, имеет наибольший шанс повлиять на принимаемое решение.

Убеждение предполагает воздействие на подсознание – интонации, невербальные сигналы, воздействие на моторику вовлечением в

совместные действия. Так же зачастую используется такая форма воздействия как внушение. Внушение подразделяется на непосредственное и опосредованное. К методам прямого внушения можно отнести наставление, команды, приказы. Наставление представляет собой постановку задачи с объяснением способа её выполнения. Применяется только в том случае, если менеджер пользуется авторитетом и воспринимается работниками как член команды, иначе этот способ имеет противоположный эффект. Команды, приказы направлены на хорошо известные действия. Они рассчитаны на автоматизм поведения. Отдаются в краткой и чётко сформулированной форме, установленной нормативными документами или традициями.

К методам косвенного внушения относятся косвенное одобрение, метод Сократа и эффект плацебо [3].

Косвенное одобрение – это установка на деятельность в подобном роде путём воздействия на чувство собственного достоинства. Таким образом, у объекта воздействия формируется положительное отношение к выполняемой задаче и уверенность в собственных силах.

Метод Сократа заключается в том, что с самого начала беседы собеседнику не даётся возможности сказать «нет». Когда появится установка на согласие, подаётся основная идея.

Эффект плацебо. Данный феномен основан на целенаправленном внушении объекту того, что определённый фактор способен произвести желаемое действие, хотя на самом деле он является полностью нейтральным по своей специфике. Однако пользоваться им нужно крайне осторожно, так как раскрытие факта его использования воспринимается внушаемым как обман.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод о том, что для эффективного управления необходимо иметь специальные психологические знания и уметь анализировать ситуацию, сложившуюся в коллективе, чтобы применять тот или иной приём управления.

Список литературы

1. Мескон М. Основы менеджмента (Management) / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Изд-во: Манн, Иванов и Фербер. – 2019. – 704 с.
2. Мирошников О.О. Власть и управление / О. О. Мирошников // Info Management. – СПб. – 2018. – С. 31-32.
3. Как работает эффект плацебо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://yapsiholog.ru/effekt-platsebo/ (дата обращения: 05.09.2019).

УДК 332.01

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ РАБОТНИКА

Саенко В.Г., д-р экон. наук, доцент, ***Чурсина А.А., Чуев А.С.***
Донецкое Высшее общевойсковое командное училище, г. Донецк, ДНР
info@donvoku.*com*

Введение. Актуальность подготовки работника на современном этапе развития государственности возрастает и приобретает важное значение. В условиях становления Донецкой Народной Республики совокупность физических и духовных качеств человека, определяющих возможность и границы его участия в трудовой деятельности, требует определения новых подходов в теоретическом и практическом аспекте. Это позволит работодателю получить подготовленного работника с необходимыми профессиональными навыками на основе разработанного компетентностного подхода.

Основная часть. Подготовленность работника к выполнению им трудовых функций состоит из трех этапов, каждый из которых наступает при выполнении условий предыдущего и процесс считается завершенным после выполнения всех трех этапов.

Первый этап основывается на составляющих подготовленности работника. Так, психофизиологическая составляющая согласно исследования основывается на состоянии здоровья респондента, типа нервной системы, работоспособности, выносливости и т.д. Социально-демографическая составляющая включает возраст, пол, семейное положение и т.п. Квалификационная составляющая должна отражать профессионализм респондента, уровень образования, объём специальных знаний, трудовых навыков, полученных на практике и т.д. Личностная составляющая выделяет сильные качества респондента, такие как дисциплинированность, активность, нравственность, отношение к труду.

Второй этап закрепляется прежде всего наличием профессии на рынке труда и в соответствии с ней приобретенной совокупностью теоретических знаний, практических навыков и опыта. Работник должен продемонстрировать качественное выполнение своих профессиональных обязанностей, а также проявлении инициативы при создании экстремальных условий работнику.

Третий этап наступает при наличии квалификации, как уровня профессиональной подготовленности, необходимой для выполнения трудовых функций, наличия самой работы, как совокупности требований, предъявляемых к работе исполнителем и физических параметров работника, как результата отбора респондента на первом этапе.

Установлено, что подготовленность работника к выполнению трудовых функций величина не постоянная, она может непрерывно

изменяться, в связи с тем, что условия работы в динамично изменяющейся рыночной среде меняют и требования работодателя к работнику. Это может кардинально изменить условия и режим труда работника. Поэтому для определения достаточности существуют методы и критерии измерения профессиональной подготовленности работника.

Показателями количественной оценки подготовленности работника может являться численность персонала, его половозрастная структура, стаж работы, уровень образования, показатели текучести кадров и т.д.

Так, метод оценки позволяет оценить подготовленность работника к выполнению им трудовых функций с помощью обобщающего объемного показателя. Один из таких показателей в своих научных работах предлагают Адамчук В.В., Ромашов О.В. и Сорокина М.Е. [1], где объемная величина подготовленности работника устанавливается через совокупный потенциальный фонд рабочего времени, измеряемый в человеко-часах и определяемый по формуле (1 или 2):

$$Фп = Фк – Тнп \quad (1)$$

или

$$Фп = Ч \times Д \times Тсм \quad (2)$$

где Фп – совокупный потенциальный фонд рабочего времени, чел-ч; Фк – календарный фонд рабочего времени, ч; Т нп – время нерезервообразующих неявок и перерывов, ч; Ч – численность работающих, чел; Д – количество дней работы в периоде, дн; Тсм – продолжительность рабочего дня, ч.

Бальная оценка подготовленности работника к выполнению им трудовых функций применяется в отношении показателей, характеризующих творческие возможности работника, его интеллектуальный потенциал, индивидуальные личностные характеристики работника, профессиональная пригодность работника.

Эффективней было бы оценить подготовленность работников, как с количественной, так и качественной стороны, делая акцент на расчете потребления общественно-полезного труда, используя метод результатов профессиональной адаптации работника. О нем можно судить по двум критериям, взятым в единстве: это «удовлетворенность человека своей работой и «удовлетворенность работником». Несмотря на то, что оба эти критерия носят во многом субъективный и относительный характер, они позволяют получить достаточно точную психологическую характеристику указанного явления. Поскольку профессиональная адаптация является завершающим этапом профессионального самоопределения специалиста, то по величине данного уровня можно судить об успешности в осуществлении процесса в целом через индекс удовлетворенности работой. Искомый показатель «индекс удовлетворенности работой» вычисляется по формуле [2]:

$$I_{уд} = \frac{\left(P_а + 0{,}5P_б - 0{,}5P_г - P_д\right)}{100},$$

где Р – часть специалистов, которые ответили на последний вопрос интервью соответственно предложенных вариантов, как доволен Р(а), скорее доволен, чем недоволен Р(б), скорее недоволен, чем доволен Р(г), абсолютно недоволен Р(д). В зависимости от целей и заданий исследований, которые конкретизируются, по аналогичной формуле и по данным интервью могут быть рассчитаны и другие индексы.

Для выработки руководством правильных решений по управлению подготовленностью работника к выполнению им трудовых функций, по разработке долгосрочной кадровой стратегии предприятия периодически необходимо рассчитывать значение данного показателя.

Заключение. Подводя итоги следует отметить, что оценка подготовленности работника позволяет оценить, как качественное выполнение работником трудовых функций, так и род деятельности организации и в случае существенных изменений в стратегии его развития следует пересмотреть весомость каждого из компонентов подготовленности работника. При анализе этих компонентов определяются значения показателя подготовленности работника, что позволяет результаты подготовленности работника рассматривать в виде оптимальной, средней, удовлетворительной, неудовлетворительной и совсем критической подготовленности. При этом руководителю организации необходимо уметь как с количественной, так и с качественной стороны правильно давать оценку профессиональной подготовленности каждого работника и своевременно планировать мероприятия по улучшению результатов подготовленности работника путём своевременного обучения и, таким образом, повышения уровня его квалификации.

Список литературы

1. Адамчук, В.В. Экономика и социология труда: Учебник для вузов / В.В. Адамчук, О.В. Ромашов, М.Е. Сорокина. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.
2. Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. 3-изд. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.

УДК 331.1

НАСТАВНИЧЕСТВО КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Севрюкова С. В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
svsveryukova@gmail.com

Введение. В условиях нестабильной экономики одной из стратегических целей организаций ДНР является обеспечение реализации

воспроизводства компетенций сотрудников с учетом влияния таких факторов как: уровень развития производственно-технического потенциала, особенности политики развития и обучения сотрудников, уровень накопленных базовых и специализированных компетенций профессиональных зон и мест. Центральное место в реализации данной цели занимает наставничество.

Использование технологии «наставничество» в сфере обучения и развития персонала позволяет обеспечивать конкурентоспособность персонала и закреплять квалифицированные кадры, гарантировать экономическую стабильность организации, а также эффективно проводить программы адаптации и социализации работников при реализации кадровых процессов и реализовывать современные стратегические задачи системы управления персоналом – управление талантами и обеспечение саморазвивающейся организации.

Проблемами наставничества занимались С.Я.Батышев, И.В. Смирнов, Л.Г. Почебут, Л.М. Чеглакова, Э.И. Сокольникова, Е.Н. Шиянов, Н.А. Бондаренко, Ф.А. Джиоева и др.

Цель исследования – развитие теоретических основ инструментов наставничества в обеспечении эффективности функционирования систем обучения персонала в сферах управления талантами, закрепления специалистов в организациях.

Основная часть. Наставничество как традиционный метод обучения персонала является одной из древней модели передачи и закрепления знания. Корни формирования термина «наставничество» уходят в древнюю Грецию и связаны со словами «педагог», «ментор». В англоязычной литературе в сфере менеджмента слово «педагог» (англ. pedagogue) достаточно редко и специфически используется, так как педагогом называли «раба», присматривающего за сыном господина, чья задача была дать целостное образование. А слово «ментор» также греческого происхождения («men» – тот, кто думает «tor» – суффикс, характеризует принадлежность к мужскому полу). Характеристика значения английского слова «mentor» – учитель, воспитатель, куратор имеет большую содержательную совместимость с русским словом «наставник», которое активно использовалось в выделении особой социальной роли и уважения в обществе (мудрец, духовник).

Наставничество – это метод развития персонала, основанный на взаимоотношениях, в которых более опытный и осведомленный сотрудник помогает в работе менее опытному или менее осведомленному сотруднику [1].

Исследования практики развития персонала международных компаний выделяют наставничество, как стратегический элемент системы развития персонала, выдвигая на первый план задачи формирования уникальных знаний, навыков и умений сотрудников, развития их потенциала, формирования поведенческих моделей, соответствующих

целям развития организации, повышения вовлеченности и инновационной активности персонала.

Система наставничества позволяет обеспечивать эффективность функционирования системы управления персоналом, в частности [2, 3]:

- обеспечивать качественную программу адаптации сотрудников в рамках реализации кадровых процессов – ротации и перемещения;
- снизить уровень текучести «новичков» и обеспечить наиболее эффективную систему закрепления и развития специализированных компетенций сотрудника;
- сформировать эффективную систему и культуру наставничества в соответствии со стандартами и ключевыми показателями эффективности функционирования организации.

Основными этапами построения системы наставничества являются:

первый этап – выбор и подготовка наставника. Заключается в разработке модели компетенций наставника, которая дает возможность выделить основные области его компетенций: организация и планирование обучения на производстве с целью повышения уровня квалификации наставляемых; руководство и оценка работы наставляемого; нормирование и оценка знаний наставляемого, повышение собственной компетенции в качестве наставника (психолого-педагогические компетенции, а также формирование профиля наставника в зависимости от должности и роли в процессе профессиональной адаптации – «руководитель», «опытный коллега», «коллега из другого отдела», «специально обученный эксперт», «hr-тренинг-менеджер», «внешний эксперт»);

второй этап включает в себя процедуру постановки целей в процессе наставничества и определение критериев желаемого результата. Эффективность данного этапа основывается на обоснованности выбора модели обучения на рабочем месте, выделении роли в обучении и адаптации наставника («я расскажу, ты послушай», «я покажу, ты посмотри», «сделаем вместе», «сделай сам, я помогу», «сделай сам и объясни, почему так», «научи другого» и т.д.);

третий этап заключается в выделении средств и методов коммуникации в процессе наставничества: установление доверительного контакта «наставник – подопечный», техники активного слушания и проявления эмпатии, использовании приема «воронка вопросов» и модели GROW, разработки демотивирующих и мотивирующих коммуникационных моделей. На этом этапе формируется также механизм обратной связи и контроля в наставничестве: выбор и обоснование видов и инструментов контроля наставников и подопечных, направленность обратной связи BOFF как инструмента мотивации к развитию наставника и подопечного.

В целом наставничество помогает талантливым и амбициозным молодым сотрудникам планировать свою карьеру, развивать соответствующие навыки и компетенции, становясь более самостоятельными,

ответственными и целеустремленными, а также содействует транслировании ценностей, видения и миссии организации на все ее уровни через отношения между наставником и подопечным сотрудником.

Заключение. Рассмотренные инструменты применения наставничества как метода развития компетенций и профессионализма являются актуальными в применении работы кадровых служб в сфере обучения и развития персонала организаций ДНР, так как позволяют обеспечивать наращивание кадрового потенциала на основе концепции управления знаниями и ключевыми способностями сотрудников, использовать интегрированный и индивидуально-ориентированный подход к его формированию и тем самым обеспечивать конкурентные преимущества организациям на рынке и развивать инновационно-технологические отрасли ДНР.

Список литературы

1. Сулейманова Н. Как сделать наставничество эффективным / Н. Сулейманова // Кадровик. Кадровый менеджмент (управление персоналом). – 2012. – № 9. – С. 5-13.
2. Бондаренко Н.А. Организация наставничества как бизнес-процесса / Н.А.Бондаренко // Кадровик. – 2008. – № 7. – С. 14-19.
3. Сотников Н.З. Профессиональная карьера работников: стратегический подход к развитию талантов / Н.З.Сотников, С.И.Сотникова // Управление талантами и трансформация корпоративной культуры: Материалы международной конференции. – Томск: Издательский Дом Томского государственного университета. – 2016. – С. 22-27.

УДК 330.1

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В ДНР

Стрельченко Д.И.

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

upiet_donnu@mail.ru

Введение. Работа по повышению эффективности государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой Народной Республике пока что фрагментарна и не систематизирована в плане взаимодействия всех субъектов регуляторной политики, не обеспечена соответствующей действенной нормативно-правовой и законодательной базой и характеризуется отсутствием единого научно-методического подхода к формированию механизмов (инструментов) регуляторного воздействия на реализацию социально-экономической политики государства.

Цель исследования – разработка предложений по повышению эффективности государственного регулирования социально-трудовой сферы в ДНР.

Основные результаты. Проблема повышения эффективности государственного регулирования социально-трудовой сферы Донецкой Народной Республики – это проблема системообразующего характера, и решать ее нужно на комплексной, системной основе. Под системой следует понимать комплекс взаимосвязанных элементов, обладающих определенными общими свойствами и объединенных ради осуществления конкретной цели [1, с. 190]. Системный подход означает учет всех взаимосвязей, изучение отдельных структурных частей, выявление роли каждой из них в общем процессе функционирования системы и, наоборот, выявление воздействия системы в целом на отдельные ее элементы [2, с. 674].

Системно-целевой подход к регулированию социально-трудовых отношений проявляется, прежде всего, в выборе объекта исследования, в качестве которого в разработанной концепции формирования Республиканской комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений выступают процессы экономического и социального развития. Предметом исследования являются теоретические, научно-методические, организационно-экономические аспекты государственного регулирования социально-трудовых отношений на основе системно-целевого подхода. Уровни регулирования – государственный, отраслевой, территориальный, производственный и личностный.

Как подчеркивают специалисты, система управления экономикой – это сложная совокупность компонентов, включающих, в том числе, различные подсистемы в их интеграционной целостности и формирующие механизм воздействия на воспроизводственный потенциал [3]. Вследствие этого комплексную систему государственного регулирования социально-трудовых отношений рекомендуется формировать как многофункциональную и многокомпонентную систему, структурированную по укрупненным целевым подсистемам (целевым блокам). В качестве целевых определены следующие подсистемы; формирования нормативно-правовой и законодательной базы; организационного и научно-методического обеспечения; регулирования развития экономических процессов; регулирования развития социальной сферы; обеспечения эффективности социального партнерства; регулирования трудовых споров (конфликтов); диагностики и мониторинга социально-трудовых отношений.

Совокупность целевых подсистем, каждая из которых, в свою очередь, рассматриваемая как система, находясь в органичной взаимосвязи друг с другом и тем самым образуя определенную целостность, объединены единой целевой задачей – путем решения в рамках каждой из подсистем конкретных целевых задач содействовать созданию в Донецкой Народной Республике эффективной системы государственного управления социально-трудовой сферой и тем самым активно содействовать становлению и развитию социального государства. Целевое сопряжение

компонентов комплексной системы способствует достижению синергетического эффекта в плане повышения результативности работы в сфере развития социально-трудовых отношений.

Определяющим условием эффективности разработанной Республиканской комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений является создание действенного организационно-информационного обеспечения ее практической реализации, формирующего системную основу для ее функционирования как единого целенаправленного процесса.

Основными предпосылками решения этой сложной задачи являются два ключевых направления: во-первых, создание специального органа управления, выполняющего функции координационного центра, обеспечивающего межведомственное функциональное взаимодействие всех субъектов регуляторного воздействия на процессы, происходящие в этой сфере деятельности, и во-вторых, – формирование на базе совокупности современных инструментальных средств соответствующей качественной информационной составляющей как одного из важнейших ресурсов государственного управления социально-экономическим развитием Республики в условиях цифровой экономики.

В ходе выполненного исследования для решения этих задач была разработана концепция организационно-информационного обеспечения повышения результативности государственного регулирования социально-трудовых отношений, в соответствии с которой предлагается создать при Правительстве Донецкой Народной Республики Республиканский межведомственный координационный совет по вопросам регулирования социально-трудовых отношений, разработать Соглашение о социальном партнерстве между Правительством Донецкой Народной Республики и Федерацией профсоюзов ДНР, при Министерстве информации Донецкой Народной Республики – Государственный центр мониторинга и диагностики социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, в рамках которого на основе обобщения и обработки информации с помощью современных цифровых технологий обеспечить создание единой информационной платформы как наиболее эффективного пути решения проблемы информационной поддержки системы управления экономическим и социальным развитием ДНР. В соответствии с разработанными концептуальными положениями Республиканский межведомственный координационный совет по вопросам регулирования социально-трудовых отношений предлагается создать как постоянно действующий коллегиальный совещательный орган с целью выработки согласованных стратегических управленческих решений по повышению результативности и эффективности государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой Народной Республике.

Заключение. Результаты проведенного исследования позволили установить стратегически важные направления деятельности в сфере

государственного управления социально-трудовыми отношениями с учетом современного этапа социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, необходимости решения чрезвычайно важных задач по восстановлению промышленного потенциала и социальной инфраструктуры, обеспечения гармонизации социально-трудовых отношений.

Список литературы

1. Бунтовская Л.Л. Управление коллективными трудовыми спорами (конфликтами): теория и практика: монография / Л.Л. Бунтовская; под науч. ред. Н.Д. Лукьянченко. – Донецк: ООО «НЛП «Фолиант», 2017. – 309 с.
2. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азлияна. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 1997. – 864 с.
3. Маннаков Р.Г. Современное развитие системы управления регионом: методология, инструментарий, механизмы: монография / Р.Г. Маннаков, Л.Г. Ахтариева; под ред. Р.Г. Маннакова. – Уфа: Уфимская гос. академия экономики и сервиса, 2010. – 221 с.

УДК 331.1

НЕОБХОДИМОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Шаповалова Э.В., канд. экон. наук, доцент,
Важинская В.В., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
upiet_donnu@mail.ru

Введение. Управление персоналом – это процесс обеспечения кадрами предприятия (организации, фирмы), организация их эффективного и рационального использования, а также их профессионального и социального развития.

Главная задача политики управления персоналом заключается в создании такой системы управления кадрами, при которой предприятие имело бы стабильный статус «предпочтительного работодателя» на рынке труда. Для создания эффективной политики управления персоналом необходимо решение проблем, выявленных на сегодняшний день на предприятиях и в организациях Донецкой Народной Республики, а именно: нехватка квалифицированных кадров; недостаточно эффективное использование кадров организации; недостаточное количество молодых специалистов.

Цель. Определение основных направлений решения проблемы совершенствования системы управления персоналом на предприятиях и организациях всех форм собственности в Донецкой Народной Республике.

Основные результаты. Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляет возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией. Управление персоналом позволяет обобщить и реализовать целый спектр вопросов адаптации человека к внешним условиям, учет личностного фактора в построении системы управления персоналом организации.

Любая организация создается для выполнения каких-либо целей и нуждается в управлении, а от того, насколько эффективно ею управляют, и зависит достижение поставленных задач. Найти правильные методы налаживания связей между задачами, целями организации и людьми, которые их выполняют, должен руководитель.

В период социального и экономического развития Республики требуется принципиально новая система управления персоналом на предприятии. Это реальная необходимость замены устаревшей, низко эффективной модели организации труда, которая в значительной мере сдерживает реализацию потенциала работников и их коллективов, тормозит развитие экономики, на более совершенную.

На современном предприятии политика управления персоналом должна быть нацелена на расширение сотрудничества персонала и администрации для достижения общих целей, стоящих перед предприятием. Это непосредственно побуждает персонал к развитию потенциальных способностей, более интенсивной и продуктивной трудовой деятельности, творческому отношению к труду. Творческий подход, в свою очередь, обусловливает повышение самостоятельности и ответственности работников за выполняемую работу, активное участие в принятии управленческих решений, непосредственную заинтересованность в результатах своего труда. Поэтому стратегия управления персоналом предприятий должна быть направлена на повышение уровней образования, квалификации и культуры работников, предоставление широкому кругу работников условий для расширения профессиональных знаний, непрерывного совершенствования своего мастерства, повышение самовыражения и развития организационной культуры. Можно иметь передовую, современную технологию, но неквалифицированность персонала загубит ее.

В современных условиях хозяйствования опытным руководителям высшего, среднего и низшего звена управления приходится по-новому строить свои отношения с персоналом для достижения поставленных целей. Если руководитель рассчитывает на экономический успех своего предприятия, то он должен уметь использовать не только привычные методы оценки персонала для выявления пробелов в деятельности персонала, но и более прогрессивные методы.

Одним из решающих факторов эффективности и конкурентоспособности предприятия является обеспечение высокого качества кадрового

потенциала. На предприятии необходимо активно применять повышение квалификации сотрудников. Повышение квалификации, как и приобретение знаний, навыков и умений, является результатом самой производственной деятельности. Специально организованное обучение позволяет достичь цели за более короткий срок. Повышение квалификации направлено на последовательное совершенствование профессиональных знаний, умений и навыков, рост профессионального мастерства.

Эффективное управление организацией или предприятием невозможно без создания внутри него такой атмосферы, когда весь персонал заинтересован в достижении общей цели. Сегодня успех или неудача в бизнесе во многом зависят от творческой активности работников организации, их готовности взять на себя ответственность за принимаемые решения. Необходимо понимание того, что общий высокий уровень управления может сложиться только в том случае, если каждый будет работать, максимально реализуя свой потенциал.

Результаты проведенного социально-экономического анализа показали невысокую эффективность проводимых на предприятиях операций в системе управления персоналом. Были обнаружены следующие трудности тактического плана, на которые начальству необходимо обратить внимание, а конкретно:

1) плохо продуманная система оценки и мотивации сотрудников;

2) отсутствие планирования, улучшения карьеры служащих организации;

3) несовершенная организационная культура в организации;

4) воздействие внешней среды (нестабильная ситуация в стране – экономическая и правовая) на устойчивую работу предприятия;

5) отсутствие кадрового резерва.

Для удачного решения этих задач необходимо активно воздействовать на проектирование, исследование мероприятий, процесс, контроль и анализ системы управления в целом. Она должна быть тесно связана с целями предприятия, принимать во внимание состояние внешней среды, обязана быть целостной.

Заключение. Система управления персоналом должна непрерывно развиваться и улучшаться. На каждом этапе развития общества она должна приводиться согласно требованиям развития производительных сил, внося коррективы в отдельные ее составляющие. Необходимо больше доверять сотрудникам, развивать в них чувство уверенности в себе, предоставить каждому шанс на победу.

Роль управления не в том, чтобы стоять на вершине пирамиды и контролировать людей, а в том, чтобы вдохновлять их, придавать им новые силы. Таков должен быть девиз эффективных систем управления в современном обществе.

Список литературы

1. Дейнека А.В. Управление персоналом: учебник / А.В.Дейнека. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 291 с.
2. Морозов С.Н. Многопараметрические модели управления персоналом: практ. пособие для руководителей негосударственных. структур безопасности / С.Н.Морозов. – М., 2014. – 102 с.
3. Яхонтова Е.С. Эффективные технологии управления персоналом / Е.С.Яхонтова. – СПб.: Питер, 2015. – 272 с.

УДК 331.1

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ДНР

Штреккер И.А.
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» г. Донецк, ДНР
i.shtrekker@mail.ru

Введение. Для повышения эффективности менеджмента в управлении персоналом на первый план выступают вопросы оптимизации кадрового состава, которые особенно важны для организаций, проходящих фазы кризиса или находящихся в ситуации спада.

Организация управления персоналом – это структура системы работы с персоналом в организации, включающая два основных компонента: собственно кадровую службу и руководителей сотрудников в иерархической системе организации. При этом организация работы в значительной степени сводится к проблеме распределения соответствующих компетенций между кадровой службой и непосредственными руководителями.

Цель работы – определить значение оценки руководителей для совершенствования эффективности менеджмента персонала, выявления неэффективных сотрудников с последующим сокращения или перемещением на иной вид деятельности.

Основная часть. Для совершенствования системы управления персоналом необходимо провести его оценку, которая обеспечивает информацией о качестве персонала, потребности в повышении квалификации и переобучении.

Одним из традиционных способов оценки персонала является регулярная аттестация, которая представляет собой процесс оценки эффективности выполнения сотрудником своих должностных обязанностей и осуществляется непосредственно руководителем.

Бизнес в условиях растущей неопределенности, новизны, непредсказуемости и сложности окружения в ДНР потребовал новых методов управления трудовыми коллективами и организации деятельности предприятий.

Теоретики и практики различных стран и экономических школ взаимно обогащают друг друга идеями, наиболее продуктивными методами руководства, современными организационно-структурными формами и технологическими средствами управления трудовыми коллективами.

В условиях ДНР все эти принципы и основанные на них теории управления трудовыми коллективами пока не находят должного применения. Подавляющее большинство хозяйственных руководителей, не будучи в состоянии научить, мотивировать и вдохновлять своих подчиненных на согласованные командные действия, вынуждены брать на себя исполнительские функции. В лучшем случае наши руководители выступают в роли специалистов, предпочитая решать технические, а не управленческие вопросы, а в худшем – играют роли чиновников, особенно на верхних уровнях управления, «пожарников» или «диспетчеров». При этом они руководствуются принципом управления по отклонениям от программы или от распоряжений начальства.

В сложившейся ситуации необходим анализ расстановки и использования специалистов, который позволяет выявить основные направления работы с кадрами: распределение и использование специалистов на производстве (в основном производстве и во вспомогательных процессах) в разрезе специальности и образования; соблюдение установленной номенклатуры должностей, требующих высшего образования; наличие резерва дипломированных специалистов для замещения вакантных должностей и замещения работников, освобождаемых от должностей по различным причинам; форму, динамику и причину выбытия руководящих кадров и специалистов, не способствующих росту производительности труда и эффективности производства; наличие и использование молодых специалистов по специальности, на других должностях и в качестве рабочих.

Таким образом, оценка специалистов – один из важнейших инструментов как для принятия конкретных мер по улучшению расстановки кадров, так и основа, база для текущего и перспективного планирования дополнительной потребности в дипломированных специалистах или их высвобождения.

В структурных подразделениях на предприятиях при комплектовании и расстановке штатов ведущее место принадлежит формированию руководителей и специалистов за счет собственных ресурсов, т.е. за счет служебного продвижения или понижения в должности работающих специалистов. Следовательно, разработка конкретных рекомендаций по формированию резерва и по улучшению работы с ним должна учитывать выявленные в ходе исследования тенденции и ориентироваться на материальную заинтересованность работника в повышении квалификации; совершенствование программ обучения зачисленных в резерв с учетом требований рынка; демократизацию процесса профессионального продвижения кадров в системе управления трудовым коллективом.

Существующая система повышения квалификации на предприятиях ДНР имеет определенные недостатки, а именно: отсутствие системного подхода в формировании высоко-квалифицированного персонала с учетом комплексного влияния технических, технологических, организационно-экономических и социально-демографических факторов; отсутствие научного подхода в планировании роста уровня квалификации персонала с учетом фактической потребности производства: основная масса персонала проходит повышение квалификации на предприятии без отрыва от производства, а не повышает свою квалификацию с учетом опыта других предприятий и организаций.

Для развивающейся экономики ДНР необходимо уделять особое внимание к проблеме формирования кадров высокого уровня квалификации. Поэтому основное внимание при повышении квалификации кадров должно уделяться изучению следующих вопросов:

- государственная программаинтеграции в экономикуРФ с учетом ее передовых технологий;
- изучениеособенностейэкономики в развитых странах Запада с точки зрения оценки возможностей их использования на предприятиях Республики;
- определение конкурентоспособного ассортимента продукции предприятий, порядок назначения руководителей, срочный контрактный договор, внутрифирменное планирование, вопросы стратегии и тактики поведения предприятия на рынке, менеджмент и маркетинг, аудит и консультирование;
- социальная защита трудящихся, состояние рынка рабочей силы, индексация доходов, гарантии в оплате труда, право на доходы от собственности;
- поддержка предпринимательства, преодоление монополизма;
- экспорт и импорт, валютный курс и валютный рынок, эффективность внешнеэкономических связей и т.д.

Заключение. Таким образом, следует обратить первостепенное внимание на качественные показатели квалификации руководителей, специалистов и рабочих, на качество и эффективность их работы. Обозначенный круг проблем нуждается в конкретизации с учетом требований развивающейся экономики Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Гордиенко Ю.Ф. Управление персоналом: учебное пособие [Текст] / Ю.Ф. Гордиенко. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 260 с.
2. Рогожин М.Ю. Организация управления персоналом предприятия / М.Ю. Рогожин. – М.: – Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 223с.
3. Институт экономических исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://econri.org.
4. Управление персоналом: современный менеджмент по персоналу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://1popersonalu.ru/upravlenie/upravlenie-personalom.html.

Национальная и региональная экономика

УДК 330.322

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Белова Л.А., канд. экон. наук, доцент, ***Вертий М.В.***, канд. экон. наук
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ
lab_0658@mail.ru, vertiirita@mail.ru

Введение. В Стратегии инновационного развития до 2020 года, утвержденной президентом Российской Федерации, основополагающей целью является создание системы, позволяющей не только контролировать эффективное внедрение инновационных процессов в производство, но и создавать инструменты, с помощью которых государственные органы будут стимулировать создание и реализацию новых проектов [1].

Основная часть. Динамичное развитие экономики Краснодарского края базируется на интенсивной инновационной деятельности и высоком уровне инновационного потенциала. Регион выступает как диверсифицированный социально-экономический комплекс, занимающий ключевое положение в экономике Южного федерального округа. Со стороны государственных органов Краснодарского края оказывается помощь в разработке как прикладных, так и фундаментальных знаний, финансировании наиболее приоритетных проектов в различных отраслях экономики. Активно совершенствуется нормативно-правовая и законодательная базы, что позволит обеспечить эффективную защиту авторских прав на разработки в сфере инноваций.

В настоящее время можно говорить о положительной динамике в развитии малого инновационного предпринимательства в Краснодарском крае [4]. В регионе осуществляется развитие программ поддержки малого инновационного предпринимательства: проводятся конкурсы на соискание премии администрации Краснодарского края в области инновационной деятельности, также субъектам инновационной деятельности предоставляются гранты для разработок инновационных технологий, оказывается информационной поддержка инновационной деятельности.

В странах с развитым агропромышленным сектором инновационная деятельность является фундаментом сельскохозяйственного производства и составляет до 80-85 % экономического роста производства. АПК Краснодарского края не является исключением, стратегия инновационного развития отраслей агропромышленного комплекса основана на предвидении принципиальных, качественных изменений, способных обеспечить устойчивое, динамичное развитие региона за счёт достижения

конкурентоспособных параметров производства продукции и услуг [3]. Разработка эффективных инновационно-инвестиционных проектов является приоритетом конкурентной инновационной деятельности. Ключевые направления инновационной деятельности в АПК:

- сберегающие технологии в полеводстве (No-till, Strip-till);
- развитие селекции;
- производство химических средств защиты растений;
- биотехнологии производства и применения биологических средств защиты сельскохозяйственных культур от вредных организмов;
- технологии использования беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) с комплексом оборудования в фитосанитарном мониторинге агроэкосистем;
- разработка системного алгоритма инвестиционного регулирования ценовых деформаций зернового рынка и др.

Вместе с тем, при разработке инновационных технологий наблюдается низкая интеграция научно-исследовательских центров и конструкторских организаций с частными предприятиями и, как следствие, не объективная экономическая оценка новых технологий. Для решения данной проблемы организовываются различные форумы и выставки, на которых молодые предприниматели и научные работники презентуют свои разработки в области инновационных технологий. В числе таких проектов, ежегодный конкурс инновационных проектов «КраснодарЭкспо», агропромышленная выставка, способствующие сближению научно-исследовательской среды и бизнеса.

На региональном уровне управление реализацией стратегии инновационного развития сталкивается с главными современными проблемами российской экономики: войной санкций, продовольственным эмбарго, низкой производительностью труда, высокой степенью износа основных фондов, несоблюдением международных стандартов экологической безопасности производства.

В условиях трансформации рыночных отношений представляется необходимым, в целях совершенствования инновационной политики, использование кластерного подхода, широко распространенного в развитых зарубежных странах. Формирование инновационного кластера имеет стратегическое значение для экономики региона, поскольку кластер позволяет упорядочить и оптимизировать организационно-экономический механизм развития региональной инновационной среды [5].

Формирование инновационного кластера не может быть успешным без наличия эффективной инфраструктуры, развитие которой должно являться также одним из долгосрочных приоритетов развития кластера.

Мировая практика свидетельствует о том, что в последние почти три десятилетия процесс образования кластеров происходил довольно динамично. На данный момент, по оценке экспертов, кластеризацией охвачено около 50 % экономик всех развитых стран мира.

Заключение. Формирование современной государственной политики в области поддержки кластеров происходит под влиянием многих национальных особенностей:

1) конкретная политика с четко выделенным бюджетом и определенной стратегией, распространяющаяся на различные аспекты развития кластеров и их промышленные секторы;

2) политика, направленная на некоторые аспекты развития кластеров: сетевые взаимодействия среди бизнеса и исследовательскими организациями;

3) политики общей цели в серии других несогласованных мероприятий, нацеленных на конкретную отрасль.

Целенаправленная региональная политика развития инновационного кластера должна способствовать реализации ключевых приоритетов развития региона, включая организацию производства безопасной для потребителей и экономически доступной продукции и услуг, обеспечивать их конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках.

Список литературы

1. Указ Президента РФ № 537 от 12.05.2009 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г.» (ред. 01.07.2014). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165072/.
2. Закон Краснодарского края от 5 апреля 2010 г. № 1946-КЗ «О государственной поддержке инновационной деятельности в Краснодарском крае» http://www.garant.ru/hotlaw/krasnodar/240582/.
3. Белова Л.А. Механизмы и инструменты государственного регулирования сельского хозяйства в Краснодарском крае / Л.А.Белова, М.В.Вертий // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12-1 (89). – С. 213-221.
4. Белова Л.А. Малое предпринимательство региона как объект государственного регулирования // Факторы экономического роста: мировые тренды и российские реалии / Л.А.Белова, К.И.Каценко // Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной памяти чл.-корр. РАСХН А.А. Семенова. – 2017. – С. 46-53.
5. Концепция развития инновационной деятельности на территории Краснодарского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.innovation.gov.ru.

УДК 004.921

ОФОРМЛЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СРЕДЕ

Буленков Е. А., канд. техн. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк, ДНР
bulenkov@ukr.net

Введение. Четвертая промышленная революция, также известная как Индустрия 4.0, привлекает внимание ученых, инженеров и менеджеров по

всему миру последние несколько лет. Ключевыми технологиями Индустрии 4.0 являются: большие данные и аналитика, облачные вычисления, вертикальная и горизонтальная интеграция, киберфизические системы, автономные роботы, интернет вещей, кибербезопасность, аддитивное производство, виртуальная и дополненная реальность [1]. К сожалению, современный уровень инвестиций в развитие производства не дает в полной мере реализовать все эти технологии в Донбассе, однако некоторые из них, например технологии дополненной реальности, не требуют значительных инвестиций и могут быть реализованы. Технологии дополненной реальности для поддержки операций технического обслуживания являются темой научных исследований уже около 50 лет. За последнее десятилетие были достигнуты значительные успехи, и технология дополненной реальности приближается к внедрению в промышленности [2]. К сожалению, некоторые технические проблемы до сих пор не позволяют использовать дополненную реальность в промышленном производстве. Одной из таких проблем является отсутствие четких правил и рекомендаций по расположению и оформлению элементов дополненной реальности в производственной среде.

Основная часть. Повышение производительности труда человека, путем предоставления необходимой информации для конкретной задачи является целью дополненной реальности. Технологии дополненной реальности можно найти в широком спектре отраслей экономики, – в сфере развлечений, маркетинга, туризма, хирургии, логистики, производства, обслуживания и т. д. В последнее время использование дополненной реальности распространяется на различные области производства.

Принцип дополненной реальности – это сочетание двух сценариев: реальность с цифровой обработкой и искусственные 2D и 3D-объекты. Особенностями системы дополненной реальности являются:

1) способность комбинировать реальные и виртуальные объекты в реальной среде;

2) способность встраивать друг в друга реальные и виртуальные объекты;

3) способность работать в интерактивном режиме, в 3D и в режиме реального времени.

Основные части системы дополненной реальности используют электронные устройства для прямого или косвенного просмотра реальной комбинации с виртуальными элементами. Такими элементами являются:

- элемент захвата изображения – достаточно веб-камеры;
- дисплей – для проекции виртуальной информации на изображения, полученные элементом захвата изображения. В основном, могут использоваться три типа устройств с оптическими опциями: переносные, носимые на голове и пространственные;
- блок обработки – для генерации виртуальной информации для проецирования;

- активирующие элементы – для запуска отображения виртуальной информации, например, датчиков, QR-маркеров, координат GPS, изображений и т. д.

Чтобы пользователь мог визуализировать информацию, устройства дополненной реальности используют следующие типы представления:

- видео – объединенные миры (реальный и виртуальный) в одном цифровом представлении;
- оптический – реальный мир с виртуальными объектами, наложенными непосредственно на вид;
- наложенный – прямое проецирование виртуальных объектов на сетчатку с использованием маломощного лазерного излучения;
- голограмма – смесь реального мира с виртуальными объектами с использованием фотометрической эмульсии;
- проекция – проекция виртуальных объектов непосредственно на объекты реального мира с использованием цифрового проектора.

Использование дополненной реальности в производственных процессах, связанных с моделированием, поддержкой и обслуживанием, помогает повысить производительность труда операторов. Технологии дополненной реальности повышают восприятие реальности оператором. При этом присутствуют значительные сложности с визуальным оформлением элементов дополненной реальности (рис. 1).



Рис. 1. Элементы дополненной реальности в производственной среде

При проектировании объектов дополненной реальности сложно применять принципы и правила, например, разработанные для пользовательских интерфейсов компьютерных программ, так как объекты

виртуальной реальности встраиваются в реальную среду, которая динамически изменяется. Объекты виртуальной реальности должны подстраиваться под цветовое оформление реальной среды и не вызывать дискомфорта в восприятии, надписи и обозначения должны быть читаемыми и понятными на любом фоне. Сам размер элементов дополненной реальности тоже не определен, и может меняться в зависимости от окружающей среды.

Заключение. Таким образом, несмотря на очевидные преимущества, использование технологий дополненной реальности в производстве сталкивается со значительными трудностями, не относящимися непосредственно к вопросам технического характера. Принципы и правила оформления элементов дополненной реальности относятся, скорее, к области дизайна и должны формулироваться специалистами в данной области.

Список литературы

1. Sanjay Jain, Guodong Shao & Seung-Jun Shin (2017) Manufacturing data analytics using a virtual factory representation, International Journal of Production Research, 55:18, 5450-5464, DOI: 10.1080/00207543.2017.1321799.
2. R. Palmarini, J. A. Erkoyuncu, R. Roy & H. Torabmostaedi (2018) A systematic review of augmented reality applications in maintenance, Robotics and Computer–Integrated Manufacturing 49 215–228 DOI: 10.1016/j.rcim.2017.06.002.

УДК 338.481

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ: ДОНЕЦКИЙ АСПЕКТ

***Древицкая И.Ю.*[1],** канд. гос. упр., доцент, ***Древицкая И.В.*[2]**

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

[2]ГПОУ «Донецкий электрометаллургический техникум», г. Донецк

irina.drevitskaya@yandex.ua, drevickaalilia@gmail.com

Введение. Термин «экономика впечатлений», как известно, принадлежит американским маркетологам Б. Джозефу Пайну II и Джеймсу Гилмору в книге «Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» [3].

По их мнению, сегодня имеет место четвертая фаза экономики в виде экономики впечатлений. Собственно, в настоящее время туристы во многом уже пресыщены теми ощущениями, которые предлагают им производители туристских услуг. Действительно, чем можно удивить нынешнего туриста, по сути уже видевшего всё или почти всё в традиционных туристских центрах? Уровень комфорта во многих отелях уже зашкаливает, аниматоры вполне предсказуемы в своих действиях и т.д. Усилия, прилагаемые туроператорами к удовлетворению потре-

бителей, нередко остаются тщетными, а неудовлетворённый клиент способен создать отрицательный имидж туристской фирме.

В контексте экономики впечатлений рассматривается следующий подход: авторы являются режиссёрами, предлагающими определённое зрелище, а потребители – зрителями или гостями.

Основная часть. Традиционно теоретики предлагают погружение в определённое время, не совпадающее с реальным, или пребывание в некоторой среде, отличной от существующей, а также прослушивание определённых историй, легенд, былин. Это могут быть квесты, реконструкции, театрализованные представления различных жанров, реалити-шоу и т.д.

Вместе с тем, по мнению авторов, такой подход носит дискуссионный характер. Реальная жизнь сегодня предполагает наличие различных ситуаций, которые, не будучи искусственно смоделированы, тем не менее, производят глубокое впечатление на потребителей.

По мнению авторов, экономика впечатлений, о которой сегодня много говорят, традиционно была развита в промышленных городах Донбасса.

Более традиционное её наименование, промышленный туризм, являлся важным и востребованным направлением развития туризма в регионе. Особым спросом пользовались посещения предприятий пищевой промышленности, металлургических и коксохимических предприятий, тепловых электростанций.

Масштаб данных предприятий производил впечатление на посетителей, а технологические процессы заставляли задуматься не только об их содержательной стороне, но и о мужестве работающих здесь людей, попытаться поставить себя на их место.

В настоящее время, как правило, престижность рабочих и инженерных профессий не особенно высока, что показывают и конкурсы в высшие и средние специальные учебные заведения, поэтому значимость промышленного туризма с точки зрения его профориентационного значения трудно переоценить.

В отдельных случаях, возможно, также некоторое включение потребителей услуг в процесс – допустим, принять участие в транспортировке хлебобулочных изделий, дегустации продукции.

Следует отметить, что боевые действия, которые проходили и продолжаются на территории ДНР, оказали двоякое воздействие на туризм в Донецкой Народной Республике – с одной стороны, в ходе боевых действий было разрушено и повреждено много объектов туристской сферы, с другой стороны – стойкость духа жителей, защищающих свой выбор, сделали Донецкую Народную Республику известной во всем мире и пробудили живой интерес к путешествиям в наше государство. Кроме того, возник трагический перечень аттрактивных объектов – Саур-Могила, Донецкий аэропорт и т.д.

В Донецкой Народной Республике уже появляются туристы, в том числе и из стран Европы, которые склонны к получению впечатлений от последствий боевых действий и даже стремятся попасть на передовую. Конечно, военный туризм для принимающей стороны – это не цель и не то направление работы, к которому стоит стремиться, но реальность такова, что именно военный туризм укрепляет сегодня позитивный имидж республики и популяризирует регион.

Жители Донецкой Народной Республики, более пяти лет живущие в прифронтовой зоне, имеют собственное восприятие действительности. Годы, проведенные в опаснейших условиях, наложили, естественно, отпечаток на их психику, а потери родных и близких, а также материальных ценностей заставили переосмыслить очень многое, в частности, чаще задумываться о ценности человеческой жизни, её хрупкости, но вместе с тем они стали ещё более открыты и доброжелательны к гостям, всегда готовы проявить гостеприимство и ответить на любые вопросы.

Конечно, с точки зрения организации конкретных туров есть очень много сложностей – пожалуй, ни одна страховая компания не решится застраховать туриста, направляющегося в зону реальных военных действий, как бы их не называли политики. Естественно, требуются и специально подготовленные гиды, и особые методики проведения экскурсий, однако это решаемые проблемы.

Развитие экономики впечатлений в Донецкой Народной Республике имеет, помимо имиджевого, и вполне прагматическое значение – каждый турист вносит свой вклад в бюджет молодой республики, а проживающие здесь граждане смогут получить дополнительные рабочие места.

Сегодня многие объекты, которые создавались как элементы туристской инфраструктуры, используются не по назначению – в них проживают военнослужащие, размещены гражданские лица, лишившиеся жилья в результате обстрелов, но хочется верить, что все эти сложности носят временный характер.

Есть в Донецкой Народной Республике и такие объекты, которые не вписываются в общее представление о воюющей республике. Так, на территории Донецкой Народной Республики насчитывается 42 объекта природно-заповедного фонда, вот только расскажут там посетителям не совсем обычные вещи – например, как прятали от обстрелов бизонов в РЛП «Донецкий Кряж», как лечили раненых животных в зоопарке села Придорожное Старобешевского района.

Заключение. Таким образом, развитие экономики впечатлений на территории Донецкой Народной Республик является перспективным и имеющим реальные возможности для развития направлением туристической деятельности, способствующим решения как экономических, так и имиджевых проблем, стоящих перед молодой республикой.

Список литературы

1. Громова Е.Ю. Экономическая устойчивость региона и ее теоретические аспекты / Е.Ю. Громова // Материалы международной научной конференции «Актуальные проблемы и инновации в экономике, управлении, образовании, информационных технологиях». – Ставрополь: СевКавГТИ, 2009.
2. Древицкая И.Ю. Развитие туризма как фактор формирования позитивного имиджа Донбасса / И.Ю. Древицкая, Я.С. Клейнер // Современные проблемы сервиса и туризма. 2017. – №11(1). – С. 97-104.
3. Пайн Д.Б. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Д.Б. Пайн, Х.Д. Гилмор. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.

УДК 332.024:332.143(477.62)

ГОРОДСКОЙ ПОРТАЛ – ВХОД В «УМНЫЙ ГОРОД»

Дробышевская Т.В., канд. геогр. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
t.drobyshevskaya@donnu.ru

Введение. Концепция «умного города» (smart city) отражает одну из главных тенденций современности – внедрение цифровых решений по управлению ресурсами городских сообществ и предоставлению услуг жителям и бизнесу, которые способствуют созданию устойчиво благоприятной городской среды пребывания для нынешнего и будущих поколений. Перспективы умного города связывают с семью ключевыми направлениями: умная экономика, умное управление, умные жители, умные технологии, умная среда, умная инфраструктура и умные финансы [1]. Концепция умного города реализуется в той или иной степени более чем в 2,5 тыс. городов по всему миру [2]. Предпринимаются усилия в данном направлении и в Донецкой Народной Республике: ведётся работа по внедрению электронного документооборота, электронной подписи; функционируют официальные сайты администраций городов и районов. Но в целом политика в отношении развития умного города или его варианта – «электронного правительства» города – не определена.

Основная часть. Умный город материализуется для посетителей в виде многофункционального городского интернет-портала – набора специализированных порталов с единым входом. Городской портал задаёт образ интеллектуального города будущего, служит местом информационной сборки его проектов. Поэтому содержательное наполнение официальных городских сайтов должно стать одной из первоочередных забот создателей умного города.

Городской портал может выполнять следующие основные функции:

- являться информационной системой органов управления городом;
- быть средством связи властей города с общественностью;

- официально представлять город в интернет-пространстве, служить своеобразной визитной карточкой города;

- предоставлять посетителям портала различные виды сервисов – от информации о погоде до приобретения недвижимости;

- использоваться как инструмент управления и развития города в целом.

В умном городе приоритетными являются интерактивные средства взаимодействия жителей с городскими службами, учитывающие запросы горожан. С них он может стартовать даже в государстве с ограниченными возможностями. Сегодня официальные веб-страницы городских администраций республики представляют собой электронные информационные ресурсы начального уровня: они предоставляют статичную информацию о направлениях работы отделов администраций. Лишь некоторые сайты располагают инструментами отслеживания мнений горожан (такими как опросы, голосования) для принятия управленческих решений. Типичны также разнокачественность официального городского контента во Всемирной Паутине, его структурная неполнота.

Замысел настоящего исследования заключается, во-первых, в постановке вопроса о начале широких консультаций по использованию технологий умного города в республике с учётом особенностей и целей её развития, и, в этом ключе, во-вторых, в разработке такой модели административных городских интернет-сервисов, которая позволит сделать более доступными потребителям официальные информационные ресурсы: обеспечит условия для быстрого поиска необходимых данных и будет способствовать уменьшению стоимости доступа к ним.

В качестве объекта-примера выбран градостроительный портал города. Назначением портала должно быть свед*е*ние в целостную управляемую систему всех профильных информационных ресурсов. Главным содержательным ориентиром при этом являются информационные потребности основных групп пользователей: субъектов хозяйствования, граждан, инвесторов, профессионалов градостроительства. Они определяют «вертикальную» структуру портала. То есть каждый выделенный тип пользователей должен получить на портале отдельную точку доступа к отобранному под его запросы набору информационных ресурсов и сервисов. Далее в пределах каждого такого информационного блока решается задача тематизации материалов – выстраивается «горизонтальная» структура.

Принцип тематизации информации в соответствии с организационной схемой управлений городской администрации не является достаточным с точки зрения удовлетворения интересов граждан и организаций. Поэтому предлагается альтернативная – проблемно-ориентированная – схема доступа к информации. Она позволяет предвидеть проблемные ситуации и их последствия, предупреждать появление.

Кроме того, деятельность горожан, значимую для градостроительства, можно описать по аналогии с бизнес-процессами, используя понятия-образы «жизненный эпизод» и «бизнес-ситуация». Стандартная бизнес-ситуация для субъекта хозяйствования (например, выбор места расположения объекта) и социально значимый жизненный эпизод для гражданина (например, легализация самовольно возведенного строения) связаны с получением информации и нескольких государственных и муниципальных услуг в различных организациях. Минимизировать издержки получателя услуг позволит «сценарий» (формализованное описание последовательности действий), который функционально объединит ведомственные процедуры по разрешению бизнес-ситуации или жизненного эпизода. Портальная технология позволяет реализовать «сценарий» в электронной форме, начиная с публикации информации о комплексной услуге и заканчивая её оказанием и оплатой. Сценарирование стандартных бизнес-ситуаций и жизненных эпизодов должно стать принципом содержательного наполнения портала «по горизонтали».

Минимальный набор информационных блоков портала видится таким: общая схема управления градостроительной деятельностью; сведения о профильных управлениях и коммунальных предприятиях; новости, объявления; электронная приёмная. По целевым аудиториям портала или по проблемным ситуациям группируются следующие материалы: правовая база; оформление разрешений на застройку; консультации специалистов; текущие и перспективные проекты; тематические обзоры; дискуссионные форумы. По мере развития города состав и содержание разделов будут изменяться.

Выводы. Предложенные принципы организации градостроительного портала представляются универсальными, поэтому могут быть также использованы при создании или модернизации городских порталов транспорта, жизнеобеспечения, образования.

Список литературы

1. Индикаторы умных городов НИИТС 2017 [Электронный ресурс] // НИИТС. – Режим доступа: http:// niitc.ru/publications/SmartCities.pdf. (Дата обращения: 18.09.2019).
2. Шнепс-Шнеппе М. А. Как строить умный город // International Journal of Open Information Technologies. – 2016. – Т. 4, № 1. – С. 12-20.

УДК 332.146.2

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ДОНБАССА

Дубель В.М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
vladimir.dubel@gmail.com

Введение. Актуальность темы обусловлена той ролью, которую играет аграрный сектор в вопросе обеспечения продовольственной безопасности. Наличие доступных продуктов питания высокого качества является показателем уровня социально-экономического развития территориальной системы любого уровня, гарантией высокого качества жизни ее жителей. Внедрение инновационных технологий в сельское хозяйство откроет перспективы не только для привлечения инвестиций и подъема производительности труда в отрасли, но и положительно отразится на состоянии окружающей природной среды и сохранении экологического равновесия, что вписывается в концепцию устойчивого развития.

Вопросами рассмотрения различных аспектов перехода сельского хозяйства на путь интенсивного развития занимались: В. Амбросимов, П. Зубец, Н. Пожидаева, В. Сытник, П. Саблук и др. Вместе с тем остается нерешенным вопрос практического внедрения инновационной модели развития сельского хозяйства на региональном уровне.

Целью работы является рассмотрение перспектив инновационного развития сельского хозяйства Донецкого региона.

Основные результаты. Сельское хозяйство Донецкого региона имеет прекрасные предпосылки для развития. Прежде всего следует отметить плодородие почв региона, представленных более, чем 60 разновидностями черноземных почв. Равнинный рельеф территории также способствует ведению хозяйственной деятельности. Благоприятствует развитию аграрной сферы в регионе высокая численность населения и высокий уровень урбанизации, что гарантирует достаточный спрос на продукты питания. В регионе достаточно развита транспортная система, что также оказывает благоприятное влияние на развитие аграрного сектора. Инфраструктура аграрного сектора, к сожалению, не находится на должном уровне, что в определенной степени сдерживает развитие агропромышленного комплекса региона.

Вопрос продовольственной безопасности стоит перед регионом достаточно остро. Отчасти это обусловлено высокой численностью и плотностью населения региона, высоким уровнем урбанизации. Еще одним фактором является рискованный тип ведения сельского хозяйства в условиях чередующихся засух, суховеев, заморозков. Негативные последствия для развития сельского хозяйства в регионе имеет

недостаточное увлажнение территории и распространенность овражно-балочной сети, обусловленной эрозионными процессами.

Экстенсивный путь развития сельского хозяйства региона не может рассматриваться в виду самой высокой в мире степени распаханности донецких степей, который достигает 70 %. В этих условиях единственным вариантом развития аграрного сектора является переход к интенсивному типу ведения хозяйства, который подразумевает применение современной техники и технологий ведения хозяйства.

Мировая практика развития аграрной сферы знает пример подобного перехода к интенсивному пути развития. Речь идет о зеленой революции, которая является воплощением внедрения достижений научно-технической революции в сельском хозяйстве развивающихся стран. Необходимость революционных изменений в ведении сельского хозяйства развивающихся стран была обусловлена резким ростом численности их населения. В Донецком регионе ситуация несколько иная, но остается неизменным основная цель перехода к интенсивному типу ведения сельского хозяйства – производство продуктов питания в достаточном объеме, надлежащего качества и по доступной цене при максимальном сохранении целостности и воспроизводственных свойств экосистем.

Неизменным остается и механизм перехода к интенсивному типу ведения сельского хозяйства – путь применения инновационных решений в аграрной сфере. Понимание этого факта мировым сообществом будет способствовать скорейшему переходу к развитию сельского хозяйства мира по пути устойчивого эколого-экономического развития.

Одним из наиболее перспективных направлений развития сельского хозяйства в последние годы рассматривается электронное сельское хозяйство, основой которого является использование инноваций. Электронное сельское хозяйство представляет собой целый комплекс мероприятий от планирования, разработки и внедрения инновационных методов ведения хозяйства с использованием информационно-коммуникационных технологий до подготовки соответствующих кадров и изменения мировоззрения населения. Переход к инновационному электронному сельскому хозяйству поможет наладить взаимодействие во всей системе от подготовки сельскохозяйственных площадей, выращивания урожая, его сбора, хранения, переработки до поставки продовольствия непосредственному потребителю [1].

В настоящее время наибольшее распространение в сельском хозяйстве получили следующие инновационные технологии:

- электронные карты сельскохозяйственных угодий, что облегчает расчет количества семян, удобрений, топлива, позволяет оптимизировать сельскохозяйственные работы, оптимизировать логистические операции;

- агрохимическое обследование полей. Создание подробной и достоверной карты почвенного покрова с основными его характерис-

тиками поможет правильно рассчитать количество необходимого орошения, вносимых удобрений, периодичность обработки, выбора сельскохозяйственных культур, их оборот и т.д.;

- использование навигационных систем для сельскохозяйственной техники;

- мониторинг состояния сельскохозяйственной техники поможет избежать дополнительных расходов топлива, приведет к улучшению экономических показателей сельскохозяйственных производителей, положительно отразится на состоянии окружающей среды [2].

Наиболее острой проблемой перехода сельского хозяйства Донецкого региона на путь интенсивного развития является неопределенность правового статуса региона [3]. Кроме того, достаточно проблемным вопросом на пути внедрения инновационных решений в сельское хозяйство региона оказывает определенный консерватизм мышления населения, неготовность доверять новой технике и технологиям, боязнь отказаться от привычных, но малоэффективных систем организации производственного процесса в сельском хозяйстве. Эти факторы оказывают негативное воздействие на процесс привлечения инвестиций в регион в том числе и в развитие аграрной сферы.

Заключение. Необходимость перехода на путь интенсификации сельского хозяйства Донецкого региона и применения инновационных технологий в аграрной сфере не вызывает сомнений. Основным путем интенсификации аграрной сферы является инновационное развитие. Однако, состояние неопределенности мешает внедрению инноваций в сельское хозяйство и привлечению инвестиций в регион.

Список литературы

1. E-agriculture 10 Year Review Report on the implementation of the World Summit on the Information Society (WSIS) of the Action Line C7. ICT Applications: e-agriculture, Rome, Italy, P. 38. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fao.org/documents/card/en/c/725cf40d-78f6-42fa-ac88-8399e5ea3289/ ФАО (2016).
2. Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки: [монографія] / [О.В.Шубравська, Л.В.Молдован, Б.Й.Пасхавер та ін.]; за ред. д-ра екон. наук О.В.Шубравської; НАН України, Ін-т екон. та прогнозув. – К., 2012. – 496 с.
3. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения [Текст]: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В.Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.I. – 124 с.

УДК 339.13:638.7

РАЗВИТИЕ ЗЕРНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ В КАЗАХСТАНЕ

Женсхан Д., канд. экон. наук, доцент,
Асанова Г.А., канд. экон. наук, доцент, ***Ахметова К.С.***
Казахский агротехнический университет им. С. Сейфуллина,
г. Нур-Султан, Казахстан
azan_tanat@mail.ru

Введение. Казахстан является зерновой державой, следовательно, развитие зернопроизводства и переработки зерна имеет стратегическое значение с учетом наличия обширных посевных площадей и необходимых средств производства и является одним из драйверов развития АПК. Зерновой рынок Казахстана является одним из наиболее развитых отраслевых рынков [1]. Однако в последнее время наблюдается некоторая стагнация отрасли. Причины этого достаточно освещены в масс-медиа, но безусловным является факт ограничения развития перерабатывающей и как следствие пищевой промышленности.

Целью настоящего исследования послужило: Из твердой пшеницы, производимой у нас, необходимо увеличить производство и экспорт макаронных изделий. Мы продаем зерно на экспорт, а потом сами же импортируем крупы, макаронные изделия, лапшу из этого же зерна, но уже за валюту. Поэтому Казахстану выгодно развивать переработку зерна. Тогда снимется и проблема с зерновозами, которые мы вынуждены брать в аренду. Ведь сейчас с ними получается дилемма, брать в аренду не дешево, иметь свой достаточный парк неэффективно, т.к. загружены они не весь год. Снизится тогда и зависимость от России и Украины по зерновозам, портам и железным дорогам. А вывозить на экспорт продукты переработки зерна можно и автотранспортом.

Основная часть. Экспорт зерна это хорошо, но еще выгоднее экспортировать продукты ее переработки. Казахстанская пшеница по качество является одним из лучших в мире, такую пшеницу называют сильной и везде, куда она поступает, ее можно использовать как улучшитель качества при производстве муки, смешивая ее со слабой и поэтому более дешевой пшеницей для удешевления конечного продукта.

Из приведенных статистических данных мы видим во всем мире растет потребление крупы и лапши быстрого приготовления. А спрос на эти продукты, да и просто на традиционные крупы в Казахстане основном удовлетворяется через импорт. По этому Казахстан продавать меньше зерна на экспорт, перерабатывать ее у себя, тогда, несомненно, будет расти экспорт муки, круп, макаронных изделий, сухой клейковины и другой подобной продукции.

В среднем доля муки в общем объеме торговли составляет 29%. Из приведенных статистических данных мы видим во всем мире растет потребление крупы и лапши быстрого приготовления. А спрос на эти продукты, да и просто на традиционные крупы в Казахстане основном удовлетворяется через импорт. По этому Казахстан продавать меньше зерна на экспорт, перерабатывать ее у себя, тогда, несомненно, будет расти экспорт муки, круп, макаронных изделий, сухой клейковины и другой подобной продукции.

Одним из направлений переработки зерна является глубокая переработка. Комплексная и глубокая переработка зерна с использованием всех ее составляющих является в настоящее время перспективным направлением и позволяет в значительной мере повысить экономическую эффективность основного производства.

Главной идеей комплексной и глубокой переработки зерна является разделение его на важные составляющие компоненты, каждый из которых имеет высокую потребительскую ценность и может быть использован в различных отраслях пищевой промышленности. Для Казахстана это относительно новое направление, которое способно к быстрому развитию. Во всем мире пшеница является вторым по величине источником крахмала после кукурузы [2]. Комплексная и глубокая переработка пшеницы с использованием всех ее составляющих частей может резко повысить экономическую эффективность основного производства, и выручка от продаваемых побочных продуктов может во много раз превысить выручку от продажи основного продукта.

Результат. Развитие в Казахстане глубокой переработки зерна позволит производить высокотехнологичные продукты, спрос на которые на мировом рынке растет с каждым годом. Соответственно становление этой отрасли в ближайшем будущем может быть как инструментом привлечения инвестиций, так и источником доходов. Дальнейшее углубление переработки в сторону производства биотехнологических продуктов с высокой добавленной стоимостью, решит проблему с рынками сбыта.

Одно из основных конкурентных преимуществ Казахстана в развитии глубокой переработки зерна и, как следствие, промышленных биотехнологий – наличие достаточных ресурсов возобновляемого сырья, такого как зерно. Несмотря на отдельные неблагоприятные годы, производство зерна в Казахстане будет расти из-за интенсификации сельского хозяйства, а объемы его производства будут серьезно превышать объемы внутреннего потребления [3].

Появление этой технологии важно, прежде всего, потому, что она будет способствовать сохранению сельского населения. К тому же переработка зерна – не просто отрасль, а фундамент продовольственной безопасности государства и поэтому оно должно поддерживать новое направление – глубокую переработку.

Из трех направлений увеличения рынка зерна – питание и корма, экспорт, переработка – только переработка имеет возможность существенного роста. У экспорта есть объективные ограничения по темпам развития, определяемые логистикой перевозок и конкуренцией на мировом рынке. Широко распространено заблуждение, что все зерно, используемое для производства биоэтанола, выводится из производства пищевых продуктов. Это совершенно неверно. Зерно, которое используется в производстве биоэтанола, не идет полностью на возобновляемое топливо – на это уходит только крахмал, содержащийся в зерне. Белки (протеины), содержащиеся в зерне, остаются для использования в пищу и корма [4].

Также, существует мнение, что не гуманно использовать зерно на производство топлива.

Во-первых, на топливо будет использоваться непродовольственное зерно, пониженного качества, подпорченное и т.п., которое негодно к использованию на продовольствие.

Во-вторых, разве гуманно травить выхлопными газами от нефтепродуктов людей, и все живое на земле.

В-третьих, и это самое главное, рано или поздно нефть закончится, это не за горами и зерноперерабатывающая отрасль может стать главным источником финансовых поступлений и занятости населения для страны.

В Казахстане есть объективное условие для мощного развития глубокой переработки зерна, как следствие, конкурентной отрасли промышленной биотехнологии – обилие исходного сырья. Только понятный внутренний спрос на зерно, поддержанный крупными заводами по его переработке, снизит колебание цен и даст сельхозпроизводителям уверенность в будущем. Эти заводы создадут высокооплачиваемые рабочие места и налоговую базу, станут центрами кристаллизации технологий и инноваций для прилегающих территорий, дадут возможность развиваться множеству биотехнологических компаний.

В **заключении с**тоит отметить, перерабатывающая промышленность индустрия ингредиентов для пищевой промышленности. Развитие этих отраслей помимо индустриального развития, является индикатором степени урбанизации страны. Очень важно не упустить возможность самообеспечения всеми доступными в стране пищевыми ингредиентами, пока не наступила полная зависимость от транснациональных корпораций. В Казахстане в отличие от перерабатывающей промышленности, сельское хозяйство и пищевая промышленность динамично развиваются. Осталось нивелировать существующий разрыв за счёт создания (возрождения) перерабатывающей отрасли сельского хозяйства. Экспортируя зерно и импортируя пищевые ингредиенты, мы развиваем перерабатывающую промышленность в странах-импортёрах. Здесь представлена линейная взаимосвязь участников цепи «от поля до стола». Каждое звено этой цепи имеет свой уровень рентабельности. Как вы заметили, основным

локомотивом доходности является промышленность. Здесь риски в пределах маркетинговых погрешностей, нет зависимости от климатических изменений, производственные процессы компактны, технологии замкнуты и цикличны.

Список литературы

1. Жалтыров, О.И. Повышение экономической эффективности мукамолного производства на основе регулированния затрат (на материалах передприятий Павлодарской области) Монография / М.Ш. Бауэр, Ж.К. Алтайбаева, Т.Б. Кувалдина. – Астана. – 2019. – 162 с.
2. Даутканов Н.Б. Казахстанский потенциал глубокой переработки зерновых «KazGrain-2019» [Электронный ресурс] / Н.Б. Даутканов. – Режим доступа: https://www.apk-inform.com/ru/conferences/ kazgrain2018 (дата обращения: 17.09.19).
3. Андрей К. Мировой рынок муки и продуктов переработки зерна: куда движется рынок, трансформации в сегменте. Прогноз развития рынка до 2027 года [Электронный ресурс] / К. Андрей. – Режим доступа: https://bossagro.kz/kazgrain-2019 (дата обращения: 18.09.19).
4. Дильмагамбетов Ш.Н. Зерновой элеватор как основа прибыльного агробизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.apk-inform.com (дата обращения: 18.09.19).

УДК 581.5+634.8 +663.21(477.60)

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Жуков С.П., канд. биол. наук
ГУ «Донецкий ботанический сад», г. Донецк, ДНР
ser64luk@yandex.ru

Введение. Культура винограда и виноделие прослеживается в истории на протяжении не менее 8 тысяч лет. Весь этот период времени это было одним из наиболее выгодных вариантов земледелия. Вплоть до современности вино было также лечебным и профилактическим продуктом благодаря своим противомикробным свойствам, что сейчас нашло научное, в т.ч. клиническое подтверждение [2, 4]. Многие страны осуществляют целенаправленную поддержку своего виноградарства и селекции новых сортов. Высокая рентабельность (более 200%) обеспечивает быстрое развитие отрасли в новых регионах и процветание старых (провинция Бордо – более 3,4 млрд. долларов поступлений, в США вклад отрасли в экономику приближается к 100 млрд.) [3, 5]. Безграмотная «антиалкогольная компания» и распад СССР привели к тому, что южные районы Донецкой области, являвшиеся зоной промышленного виноградарства (1900 га на 1983 г.) с районированными сортами [6], потеряли перспективы развития.

При этом, виноград можно выращивать даже на склоновых эродированных, щебнистых и других низкопродуктивных землях, широко представленных в Донбассе, а местные условия соответствуют известным винодельческим регионам. Особенно важно это на склонах южной экспозиции, где выращивание технических сортов винограда, – это фактически единственное самоокупаемое использование деградированных земель, обеспечивающее за счет прибыли проведение антиэрозионных мероприятий и восстановления плодородия. После образования ДНР на его территории не оказалось технических насаждений винограда и все вино и соки в продаже являются импортными, что при высокой маржинальности продукции оказывает неблагоприятное воздействие на экономику республики и ведет к появлению фальсификатов и низкокачественных вин в торговых сетях.

Цель работы – рассмотреть перспективы и механизмы развития отрасли в республике.

Основная часть. Быстрое развитие винодельческой отрасли в ДНР возможно только за счет формирования синергетических механизмов, задействующих творческий потенциал, желание самореализации населения и задающих желаемое направление развития. Развитие синергетического эффекта самоорганизации предприятий отрасли можно представить по аналогии с классической схемой разрушения колонны по Хакену [7], где колонна – это имеющаяся проблема.

При этом желания-потребности людей и создаваемые для них возможности являются силами, действующими на колонну с разных сторон на сжатие, при росте до определенных значений этих сил колонна разрушается (проблема решается, начинается саморазвитие), а наличие опытной станции виноградарства и виноделия, взаимодействующей с обществом виноградарей и виноделов обеспечивает предпосылки роста в нужном обществу направлении – создания саморазвивающегося сообщества местных производителей. Потенциал развития создается с одной стороны желанием обеспечить себе достойные условия жизни и видение перспектив такого бизнеса, с другой стороны это законодательная база и льготы, позволяющие воплощать такие сценарии в реальные сроки и достигать высокого уровни отдачи. Направляющим элементом при этом является работа воссоздающейся опытной станции виноградарства и виноделия, обеспечивающей научную базу и общественных саморегулирующихся объединений, дающих перекрестный контроль. Климат предопределяет использование комплексно устойчивых сортов на всей территории и классических в южных районах. Это дает возможность минимизировать уходные работы, в том числе химобработки, с возможностью получения органических продуктов [1].

Важным элементом будет принятие закона о вине, обеспечивающего возможность свободного производства натуральных вин из местного

винограда и его реализации. Это соответствует, например, в Российской федерации поправке к ФЗ 171 виде ФЗ № 490 от 31.12.2014 г., согласно которому разрешается производить и продавать вино, полученное из собственного урожая винограда, фермерам, виноделам-гаражистам, и другим сельхозпроизводителям. Также нужна простая процедура получения гражданами неиспользуемых земель для целевого использования под виноградарство, льготное налогообложение таких участков, особенно неудобий, да и вообще максимальное упрощение всего документального обеспечения деятельности, т.е. отсутствие отчетности на уровне ЛПХ и минимально необходимого объема документации и проверок-консультаций на уровне фермерства, с участием обществ виноградарей и виноделов. Также важно сформировать условия для реализации продукции, вплоть до квот местной продукции в ассортименте.

Эти и другие необходимые условия должны быть учтены и сформированы в виде программы, дающей ясное понимание возможностей развития предпринимательству в этой сфере на длительный, не менее 10-15 лет, промежуток времени. Для решения возникающих в ходе создания отрасли вопросов, необходимо создание межведомственной комиссии с участием специалистов агропрома, научных и законодательных органов.

Заключение. Развитие виноградарства и виноделия в ДНР решает целый ряд задач: а) импортозамещение, б) внедрение высокорентабельной культуры в сельское хозяйство, в) создание новых рабочих мест, рост малого бизнеса и самозанятости населения, что особенно важно в сельской местности, г) использование и улучшение склоновых, эродированных, низкоплодородных земель (по предварительным оценкам, это тысячи га), д) повышение качества винной продукции в продаже, производство «био-продукции», е) развитие импортного потенциала и сферы рекреации (сельский туризм) и других сопряженных сфер деятельности. Поэтому необходимы активные действия госструктур по развитию отрасли с задействованием человеческого, научного и природного потенциала территории с максимальной быстротой и на основе синергетических подходов.

Список литературы

1. Анализ выращивания комплексноустойчивых и европейских сортов винограда. Сайт «Ставропольвиноградплодопром» Государственное казенное учреждение. [Электронный ресурс]. URL: http://www.stavvinprom.com/finansovye-pokazateli-otrasli/analiz-vyraschivaniya-kompleksoustojchivykh-i-evropejskikh-sortov-vinograda.html (Дата обращения 15.02.2019).
2. Валуйко Г.Г. Вино и здоровье / Г.Г. Валуйко. – Симферополь: Таврида. – 2007. – 156 с.
3. Гусейнов Ш.Н. Влияние способов ведения и формирования кустов винограда на продуктивность и качество урожая сорта Левокумский / Ш.Н. Гусейнов, Б.В.Чигрик, З.С. Нагиев, В.Н. Гордеев // Научно-прикладные аспекты развития виноградарства и виноделия на современном этапе: материалы Международной науч.-практ. конф. – Новочеркасск, 2009. – С. 146–158.

4. Захарова А.Н. Генатопротекторные свойства концентрата полифенолов винограда «Эноанта» при экспериментальных поражениях печени алкоголем / А.Н.Захарова // Проблемы, достижения и перспективы развития медико-биологических наук и практического здравоохранения: труды Крымского государственного медицинского университета им. Георгиевского С.И. – 2005. – том 141, часть 1. – С. 112–116.
5. Поло Д. Тенденции и перспективы винного бизнеса в США / Д.Поло // Виноделие и виноградарство. – 2008.– № 3.– С. 52–53.
6. Степанченко В.И. Справочник виноградаря Приазовья / В.И.Степанченко, Г.И.Янин. – Днепропетровск: Проминь, 1982. – 160 с.
7. Хакен Г. Синергетика / Г.Хакен. – М.: Мир, 1980. – 405 с.

УДК 332.1

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ КОНЪЮНКТУРЫ ЛОКАЛЬНОГО РЫНКА УГЛЯ

Зайцева А. М., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
zaitsevaanna@mail.ru

Введение. Ресурсы угольной промышленности образуют энергетический комплекс, имеющий огромное влияние на устойчивое развитие региона и экономику государства в целом. Проблемы преодоления дефицита энергоносителей особенно актуальны, их решение предполагает комплексный подход как на государственном, так и на отраслевом и региональном уровнях [1, с. 187]. Мировой опыт свидетельствует о том, что решение энергетических проблем напрямую способствует оздоровлению экономики и финансово-экономической стабилизации.

Цель исследования – развитие теоретико-методологических основ, а также совершенствование прикладных методик управления устойчивым развитием Донецкого региона на основе ресурсов угольной отрасли.

Основная часть. Основу экономики Донецкого региона составляют предприятия угольного и металлургического комплекса (68 % от общего объема промышленного производства). Балансовые запасы угля составляют 20 млрд. т, в том числе 10,7 – коксующегося, 5,9 – энергетического, 3,4 – антрацита [3]. Во многих странах мира уголь продолжает оставаться одним из основных энергоносителей. Благодаря сложному составу его потенциальные возможности при соответствующей технологической обработке шире, чем в нефти и газа (рис. 1).

Уголь – это твердые горючие вещества органического происхождения. Широта товарной номенклатуры данного продукта составляет три ассортиментные группы (вид угля). Насыщенность ассортиментных групп такова: антрацит и бурый уголь – каждый является отдельным товаром; каменный уголь представлен девятью марками. Глубина товарной

номенклатуры представлена семью классами угля. Основные показатели качества, позволяющие определить направление и экономичность использования угля: зольность; содержание видимой породы, влаги, серы, фосфора, мелочи, размер кусков, теплота сгорания, выход летучих веществ, спекаемость, механическая прочность [2, с. 68].

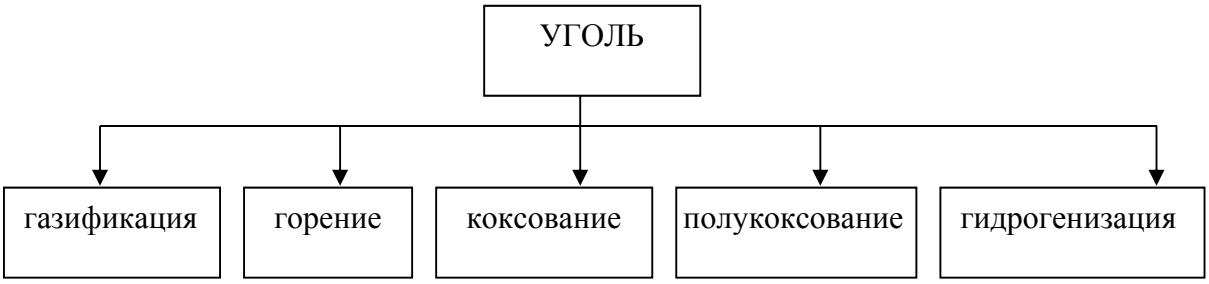


Рис. 1. Основные направления переработки и использования угля

Уголь, главным образом, используется для получения электрической и тепловой энергии, производства кокса. Основными потребителями угля для энергетических целей являются ТЭС, для которых уголь в перспективе будет также основным видом топлива; промышленные котельные; коммунально-бытовой сектор; различные отрасли промышленности и сельское хозяйство. Через вторичность спроса на товары производственного назначения расход топлива на ТЭС за последнее время (5 лет) из-за спада производства электро- и теплоэнергии в период кризиса неуклонно сокращается. Резко сократилось потребление высокоэффективных видов топлива – мазута и природного газа.

Коммунально-бытовое хозяйство и население представляют собой относительно большую группу потребителей топливно-энергетических ресурсов. На отопление и вентиляцию жилых и общественных зданий, горячее водоснабжение и приготовление пищи в настоящее время расходуется 1/5 часть всех топливно-энергетических ресурсов.

Около четверти угля используется для коксования и получения химических продуктов – бензола, нафталина, пака, масел. Цветная металлургия, машиностроение, химическая промышленность потребляют более 10 % валового производства кокса и работают в тесной кооперации с коксохимическими предприятиями.

В результате термического разложения угля получают первичные продукты: кокс, смолу и газ, который в дальнейшем используют в качестве технологического топлива и химического сырья. Основной по массе продукт – кокс является топливом и восстановителем при производстве черных металлов. Основным потребителем кокса является черная металлургия. Кокс необходим при производстве извести, огнеупоров, углеродов. Один из крупнейших потребителей кокса – литейное производство, а также цветная металлургия для производства свинца и

цинка. Много кокса потребляют предприятия химической промышленности, специализирующихся на производстве желтого фосфора, карбида кальция, сернистого натрия, кальцинированной соды, обожженной извести. Среди других отраслей следует назвать производство строительных материалов и пищевой промышленности.

Среди первичных продуктов термического разложения угля методом коксования большую ценность имеет коксовый газ. На КХЗ с 1 тонны шихты получают примерно 330 куб. м. газа, что составляет 15-18% массы исходного сырья. Ценным химическим сырьем для производства широкого ассортимента продуктов является смола, которую получают в результате термического разложения угля. С каменноугольной смолы получают различные масла, пик, нафталин, фенолы.

При комплексной переработке каменных и бурых углей методом полукоксования образуется полукокс, смола и газ. Выход этих продуктов обуславливается качеством исходного сырья и уровнем технической базы процесса полукоксования. До 50% из общего количества полукокса расходуется на производство технологического и энергетического газа, а другую часть отгружают предприятиям черной и цветной металлургии. В настоящее время полукокс применяют в качестве восстановителя, заменяя им металлургический кокс. Легкая часть смолы используется как компонент топочного мазута и для получения из нее жидких фенолов, а тяжелая – в дорожном строительстве.

При газификации твердого топлива могут быть получены газы заданного состава и различной теплоты сгорания, пригодные для широкого использования как технологическое сырье для производства метанола, парафинов, аммиака. На основе технического газа производятся аммиак, метанол, бутиловые спирты, а энергетический газ используется для удовлетворения внутренних потребностей (отопление производственных установок).

Завершающим направлением переработки угля является гидрогенизация – процесс получения искусственного жидкого топлива. Сжиженная масса разделяется на жидкие и твердые продукты. Первые подвергают облагораживанию с целью получения бензина и дизтоплива, а твердый остаток используют как энергетическое топливо.

Заключение. Уголь является товаром производственного назначения, рынок которого имеет свои специфические особенности: спрос на уголь определяется потребностью на конечные продукты его переработки (электроэнергию, металл, теплоснабжение). Уголь как товар различают по видам, маркам, классам, где каждая определенная категория угля имеет свое целевое назначение (энергетический уголь, для коксования, на коммунально-бытовые нужды); благодаря сложному составу его потенциальные возможности при соответствующей технологической обработке шире, чем в нефти и газа.

Список литературы

1. Зайцева А.М. Ресурсосбережение как резерв устойчивого развития / А.М.Зайцева, М.М.Марченко // Современные тренды российской экономики: вызовы времени – 2017: материалы международной научно-практической конференции (8 февраля 2017 г.): / ТИУ; отв. ред. С. Г. Симонов. – Тюмень: ТИУ, 2017. – С. 187-190.
2. Програма науково-технічного розвитку Донецької області на період до 2020 року. – 349 с.
3. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения [Текст]: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В.Половяна, Р.Н.Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.I. – 124 с.

УДК 332.142.2:316.4

ВОСПРОИЗВОДСТВО СОЦИУМА КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Закотнюк О.Л., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР

Введение. Социально-экономическое благополучие социума региона является актуальной проблемой государственного и регионального управления. Особенно в период становления социальных и правовых институтов есть необходимость в четком понимании системы координат для воспроизводства регионального социума. Для того чтобы сформулировать векторы социально-экономического развития региона, необходимо понимать потребности, объем и спектр запросов общества.

Формировать и корректировать государственную и региональную политику согласно концепции устойчивого развития возможно при наличии научно-обоснованного инструментария. Опираясь на результаты исследования официальной статистики, становится возможным преобразование бюджетной сферы, производственной сферы и рынка товаров и услуг. В связи с этим предстоящая перепись населения станет точкой отсчета социально-экономического развития Донецкой народной республики.

Поскольку региональный социум является производителем и потребителем материальных и духовных благ, анализ основных факторов воспроизводства позволяет своевременно реагировать органам управления на вызовы времени. Востребованным и актуальным для экономики на макро- и мезо уровне является программно-целевой метод планирования, который позволяет акцентировать внимание на первоочередных проблемах, усилить роль местных органов самоуправления и рационально распределять имеющиеся средства [1].

Социально-экономическому развитию территорий и воспроизводству регионального социума посвящены работы А.А. Шабуновой,

В.Я. Ельмеева, С.А. Айвазяна, В.Н. Лексина, А.В. Половяна, А.И. Благодарного и др.

Цель исследования – выявление современных тенденций воспроизводства социума Донецкого региона с учетом основных факторов влияния согласно концепции устойчивого развития.

Основные результаты. Учитывая влияние на воспроизводство социума эндогенных факторов: демографического, экономического, экологического, фактора личной безопасности, фактора образования и культуры, фактора семьи и здоровье сберегающего фактора, в условиях дисгармонии экзогенных факторов, необходимо понимать сложности на пути формирования устойчивого социально-экономического пространства [2]. Согласно данным [3, с. 92-95], основные демографические показатели республики снизились с 2015 по 2018 гг. на 2,3%. Естественная убыль несколько компенсируется механическим приростом с заметной прогрессивной динамикой.

Экономический фактор характеризуется уровнем доходов/расходов населения, занятостью и др. Затруднения в рынке сбыта продукции, отсутствие стабильной инфраструктуры и дифференциация в оплате труда приводит к слабому росту доходов населения и значительным контрастам. По данным [3, с. 95] на конец 2017 г. средняя заработная плата в республике была 9,6 тыс. рублей. Выше среднего показателя получали жители городов, в которых занятость в отраслях энергетики традиционно значительна: Донецк, Шахтерск, Ждановка, Снежное, Торез, Кировское. Ниже среднего показателя – жители Дебальцево, Докучаевска, Горловки, Харцызска, Макеевки. Для сравнения, по данным статистики, по Ростовской области РФ на конец 2017 г. показатели средней зарплаты 28,5 тыс. руб., что является медианным значением по стране на данный период [4]. Опрос населения Донецкой народной республики показывает, что средний показатель расходов на питание и одежду составляет до 70%.

Анализ количественных показателей сферы образования позволяет выявить позитивную динамику по числу учащихся дошкольных и средних общеобразовательных заведений и студентов вузов. Однако снизилось число желающих приобрести рабочие специальности.

Основной проблемой системы здравоохранения республики является недоукомплектованность кадрами. Наиболее нуждаются в специалистах: терапия, медицина неотложных состояний и сотрудники лабораторий. Полностью укомплектованы кадрами стоматологии. Проблемными остаются вопросы материально-технической базы и несовершенство нормативно-правовой.

Экологические показатели состояния окружающей среды показывают снижение по отношению к довоенным показателям загрязнения атмосферного воздуха, в связи со снижением промышленной нагрузки, однако, проблемными остаются состояние поверхностных вод,

что связано с техническим состоянием очистных сооружений и вопрос утилизации отходов.

Таким образом, вопрос о способах и рычагах сбалансированной экономики республики остается открытым.

Заключение. В работе рассмотрены некоторые показатели, влияющие на воспроизводство регионального социума, выявлены современные аспекты и тенденции данного процесса для регулирования органами государственного и регионального управления. Наиболее проблемными являются демографический, экономический и здоровье сберегающий факторы. Целенаправленная и эффективная региональная политика в направлении создания устойчивой экономики возможна только при условии своевременной диагностики и мониторинга состояния воспроизводственных процессов.

Список литературы

1. Шабунова А.А. Общественное развитие и демографические вызовы современности / А.А.Шабунова // Проблемы развития территории Вып. 2(70). – 2014. – С.7-15.
2. Закотнюк О.Л. Фактори і тренди відтворення соціуму Донецького регіону [Текст] / О.Л.Закотнюк // Прометей. Регіональний збірник наукових праць з економіки. Донецьк. – 2013. – № 3. – С.99-106.
3. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения [Текст]: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – 260 с.
4. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2018: Стат. Сб. /Росстат. – М., 2018. – 751 с.

УДК 332.132, 334.7

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО-ПАРТНЕРСТВА И ФОРМ ПОДДЕРЖКИ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зубец А.Ж., канд. экон. наук, доцент
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, РФ
anton.zubecs@yandex.ru

Введение. Современная государственная политика в сфере транспорта сегодня приобрела множество форм и направлений. На каждом уровне управления можно встретить свои инструменты и механизмы реализации транспортной политики Российской Федерации.

Приоритеты, принципы и основные направления развития транспортной системы представлены в документе «Транспортная стратегия

Российской Федерации до 2030 года», которая была разработана в 2008 году. Пересмотренный вариант был одобрен правительством в августе 2013 года. В Стратегии предлагаются соответствующие направления политики и в настоящее время власти справедливо ставят ее в качестве главного документа, определяющего порядок принятие дальнейших решений.

В частности, ключевая многолетняя федеральная программа финансирования (государственная программа «Развитие транспортной системы»), как представляется, в настоящее время хорошо синхронизирована со стратегией. Это будет способствовать более тесной увязке инвестиций с долгосрочными приоритетами, чем в прошлом и поможет свести к минимуму влияние краткосрочных политических и бюджетных соображений, обеспечив большую согласованность и приоритетность процесса разработки политики. Разрабатываемые в настоящее время региональные транспортные стратегии должны дополнять комплексную систему стратегического планирования в России.

Стратегия определяет следующие цели государственной политики в транспортной сфере:

- создание интегрированного транспортного пространства в Российской Федерации;
- обеспечение доступа к качественным транспортно-логистическим услугам;
- обеспечение доступа населения к качественным транспортным услугам;
- интеграция в международную транспортную систему, наращивание экспорта транспортных услуг и транзита;
- повышение уровня безопасности на транспорте;
- снижение негативного воздействия транспорта на окружающую среду.

Для достижения данных целей Правительством Российской Федерации сформированы и развиваются следующие механизмы:

- внедрение национальных и региональных планов высокого уровня по координации национального или регионального спроса и предложения на транспортные услуги;
- формирование многолетней системы гарантированного финансирования транспорта;
- создание системы мониторинга транспортных рынков и транспортной инфраструктуры;
- совершенствование правовой базы транспортной отрасли;
- развитие механизмов ГЧП.

Активное внедрение ГЧП меняет механизм финансирования объектов транспортной инфраструктуры в Российской Федерации. Из Фонда национального благосостояния (ФНБ) софинансируются лишь несколько крупных инфраструктурных проектов. Среди них реконст-

рукция БАМа и Транссиба, строительство Центральной кольцевой автодороги (ЦКАД) вокруг Москвы и высокоскоростной железной дороги Москва – Казань. Продолжают оставаться актуальными проблемы внедрения электронного документооборота и принципа единого окна при трансграничном движении грузов.

Одной из главных задач такой компании должно стать обеспечение высокотехнологичного развития национальной экономики, в т. ч. путем реализации проектов с участием иностранных инвесторов. На российском рынке транспортных услуг сложились необходимые экономические, институциональные и организационные предпосылки для образования крупной компании, деятельность которой была бы направлена на развитие и реализацию транспортно-транзитного потенциала страны.

Институциональная эволюция в России происходит в результате развития существующих и образования новых предприятий, действующих на основе ГЧП. Э. Йескомб определяет совместные предприятия ГЧП как «проектные компании, находящиеся в совместном владении государственного и частного сектора», которые среди прочего «встречаются в ГЧП для строительства новых объектов (обычно речь о концессиях)»[1].

Отметим, что ГЧП-компания не обязательно является только проектной, она может и должна вести текущую хозяйственную деятельность как на вновь построенных объектах транспортной инфраструктуры, так и на полученных во время ее образования. В сфере экспорта транспортно-транзитных услуг главной целью функционирования такой компании должно быть обеспечение конкурентоспособности с главными мировыми перевозчиками грузов – глобальными морскими контейнерными сервисами. При этом объединение материальных, финансовых, управленческих ресурсов и компетенций государства и бизнеса сопровождается получением, облегчением и удешевлением доступа к достоверной информации о ключевых параметрах рынка транспортно-транзитных услуг.

Заключение. Созданная ГЧП-компания в области транзитных перевозок грузов и пассажиров по территории России становится, кроме всего прочего, источником институтогенеза, аргументированного лоббиста интересов отрасли, разработчика и распространителя внешне- и внутрифирменных организационных инноваций, элементов корпоративной культуры, сочетающих сбалансированное достижение государственных и коммерческих целей [2].

Особую роль в развитии отечественной транспортной инфраструктуры играет такой документ, как «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» утвержденный распоряжение Правительства от 30 сентября 2018 г. № 2101-р [3]. Данный документ формирует два фундаментальных направления развития транспортной инфраструктуры России: развитие самой инфраструктуры и развитие ее энергетической составляющей.

Данный документ продолжает развиваться и расширяться, включать в себя все новые и новые проекты и объекты инфраструктуры для ее последующего финансирования, привлекая при этом лучший отечественный и зарубежный опыт.

Список литературы

1. Йескомб Э.Р. Государственно-частное партнерство. Основные принципы финансирования: пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 457 с.
2. Руденко Л.Г. Государственно-частное партнерство как инструмент развития инфраструктурных отраслей экономики // Проблемы управления (Минск). – 2017. – № 3 (65). – С. 83-89.
3. Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры» утвержденный распоряжение Правительства от 30 сентября 2018 г. № 2101-р. URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_308743/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/.

УДК 33.012:338.45:34

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Капыльцова В.В., канд. экон. наук, доцент, ***Картамышев А.А.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
viktoriya.kap.75@mail.ru

Введение. Современная экономическая политика государства ориентирована на обеспечение экономической безопасности и национальной конкурентоспособности, стимулирование инновационной и инвестиционной деятельности, а также организацию эффективного взаимодействия государства, бизнеса и науки. При этом особую важность приобретает разработка и реализация программ экономического развития на основе использования прогрессивных методов и инструментов управления. В связи с этим, широкое распространение в развитии современной национальной экономики получил так называемый кластерный подход.

Целью настоящего исследования является выявление предпосылок и определение основных условий для стимулирования развития кластерных образований в современных условиях хозяйствования.

Основные результаты. Систематическая деятельность государства, направленная на реализацию мероприятий по улучшению бизнес-климата для усиления конкурентоспособности и повышения эффективности социально-экономического развития общества связана с разработкой и реализацией кластерной политики.

Реализация кластерной политики государства происходит через разработку и принятие (на различных уровнях: общегосударственном,

региональном, местном) нормативно-правовых актов (общих, специализированных/(профильных и сопутствующих), определяющих и регулирующих деятельность кластеров и их субъектов. При этом следует понимать, что кластер является специфическим кооперационным образованием [1]. Именно поэтому, та нормативно-правовая база, которая формируется для стимулирования развития кластеров, должна определять роль государства как института-регулятора, устанавливающего правила взаимодействия между всеми «игроками» (непосредственно государством, бизнесом, научными и образовательными структурами). Нормы законодательства должны быть ориентированы на сохранение и развитие благоприятных условий для стимулирования инвестиций, внедрения инноваций, развития горизонтально ориентированных сетевых бизнес-сообществ и т.д.

В организационном аспекте роль государства в процессе формирования и функционирования кластерных образований в основном должна сводиться к вспомогательной. Кластер как экономическое явление является естественным образованием и развивается самостоятельно. Кластеры – это, прежде всего, системы горизонтальных связей. Государство в работе с ними может выступать активным инвестором, обеспечивая реализацию экономических и инфраструктурных проектов. Наряду с этим, с целью обеспечения поддержки и развития кластеров государством должен быть разработан и запущен механизм, включающий: лояльную фискальную политику и финансовую помощь (налоговые льготы, кредиты, гранты, особый таможенный режим); логистическую помощь (территории с подготовленной инженерной и транспортной инфраструктурой для новых производств); содействие в продвижении продуктов; информационно-консалтинговые услуги, в том числе путем взаимодействия с государственными научными центрами и институтами.

Так, в рамках европейских программ поддержки и развития кластеров широкое применение получили: организация мероприятий по развитию сетевого сотрудничества; проведение мониторинга и составление отчетов; семинары и обучение. При этом наиболее важными задачами, требующими значительного набора регулярно применяемых мер, являются: экспансия кластера; исследования, разработки и инновации; торговое сотрудничество. Исходя из этого, распространенная цель европейских кластерных программ – экспансия кластера, а регулярно применяемый вид поддержки – организация мероприятий по развитию сетевого сотрудничества, что подтверждает сетевой принцип развития данной модели бизнеса [2].

Заключение. Таким образом, в современных условиях хозяйствования для внедрения и широкого распространения кластерного подхода к управлению национальной экономикой необходимо комплексное нормативно-правовое обеспечение процессов формирования и функционирования кластерных образований, разработка и принятие которого должно

стать неотъемлемой составляющей национального законотворчества. Наряду с этим, механизм государственной поддержки и рационального финансирования развития кластеров должен включать комплекс фискальных, монетарных, логистических, информационно-консалтинговых методов и инструментов управления.

Список литературы

1. Казак А.К. Понятие «кластер» в законодательстве Российской Федерации / А.К. Казак // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2017. – № 4. – С. 27-33.
2. Рекорд С.И. Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия: монография / С.И.Рекорд. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 109 с.

УДК 332.13

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КЛАСТЕРОВ

Князев Н.Н.[1], канд. экон. наук, доцент,
Минат В.Н.[2]**,** канд. геогр. наук, доцент
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», г. Рязань, РФ
[2]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ,
minat.valera@yandex.ru

Введение. Корпоративные аспекты создания, успешного функционирования, развития и управления деятельностью интегрированных финансово-промышленных объединений – одна из проблем, выдвинутых сегодня на передний план. При всей безусловной важности малых и средних форм предпринимательства именно крупные структуры, имеющие собственные финансовые ресурсы, а также значительные возможности по их привлечению через различные экспансии капитала в состоянии конкурировать на рынке.

Укрепление конкурентоспособности предприятий (вплоть до обеспечения монопольного положения) и необходимость снижения издержек производства возможно в рыночной экономике через интеграцию. Интеграция различных капиталов на основе его концентрации и централизации отражает объективную устойчивую тенденцию развитой экономики. Холдинговое построение бизнеса приемлемо в условиях крайне высокой неопределенности факторов ведения предпринимательской деятельности, то есть при высокой степени риска.

Основная часть. Проведенный анализ возможностей совершенствования процессов формирования, функционирования и развития

корпоративных образований, в том числе в нефтяном комплексе, позволяют говорить о необходимости совершенствования практики интеграционного взаимодействия различных капиталов.

Обострение конкуренции, сбои в системе взаиморасчетов, нарушение производственных связей требует коренной реорганизации предприятий, модернизации технологической базы, для чего и необходима значительная концентрация инвестиционных ресурсов [2]. Одним из путей решения проблемы возможной реализации долгосрочных инвестиционных программ для промышленных предприятий является поиск новых кооперационных форм – участие в кластере. Кластер может быть достаточно устойчивой интегрированной организационной формой. То есть актуально использование кластера и как организационной формы и как традиционной [4].

Кластер представляет собой некую совокупность хозяйствующих субъектов, объединенных для реализации общих целей, без образования юридического лица. Принципиальная схема построения кластера с точки зрения состава участников включает три блока. Промышленный блок создает группа предприятий, осуществляющих производственную деятельность в одной или нескольких областях общественного производства. Различные варианты таких объединений и определяют принадлежность кластера к тому или иному типу по характеру интеграции.

В финансовый блок входят различные финансово-кредитные организации: коммерческие банки, инвестиционные, лизинговые, страховые, финансовые, трастовые, пенсионные фонды и компании, которые выполняют в группе функции финансового обслуживания членов ФПК, привлечения и аккумулирования финансовых средств, оптимизации управления финансовыми ресурсами, разработки и осуществления инвестиционной политики кластера [3]. Основная роль в осуществлении данных функций принадлежит банкам. Это объясняется проводимой банком политики экспансии, в частности распространения интересов банка на сферу промышленного производства. Возможность коммерческого банка сосредоточить сравнительно меньшими усилиями в своих руках пакеты акций промышленных предприятий позволяет ему играть интегрирующую роль.

Сервисный блок в зависимости от стратегии кластера включает торгово-посреднические организации, аудиторско-консалтидговые фирмы, научно-исследовательские и опытно-конструкторские организации, предприятия транспортного обслуживания и т.д. [1].

Схема построения кластера конкретизируется в зависимости от целей и стратегии участников, характера проявления факторов внешней среды, субъективных условий функционирования кластера.

Обобщающим критерием финансово-экономических перспектив участия в кластере является повышение эффективности их деятельности за

счет реструктуризации производства и рациональной организации взаимодействия участников, обеспечивающих конкурентоспособность предприятий.

Проведенный анализ позволил выявить следующие:

- эффективность создания кластера зависит от уровня разработки технико-экономического обоснования ее организационного проекта;
- эффективность функционирования кластера зависит от трансформации прав собственности в интегрированных образованиях;
- эффективность создания конкурентоспособной интегрированного кластера зависит от эффективности корпоративного управления рисками в корпоративном образовании;
- эффективность создания конкурентоспособного кластера зависит от эффективности форм сращивания финансового и промышленного капитала по направлениям: развития кредитных связей, совершенствования взаимных расчетов операций и ведения текущих счетов, расширение возможностей контроля прав собственности головной компанией;
- основная часть факторов, способствующих созданию конкурентоспособного интегрированного кластера зависит от профессионализма специалистов управляющих структур кластера, от качества управляемости персоналом в головной компании.

Заключение. Механизм создания кластера – это взаимосвязанный комплекс процедур и задач по формированию хозяйствующего субъекта, функционирующего на основе соответствующей производственной структуры, финансово-кредитных отношений его участников и системы управления. Разработка такого механизма состоит в обосновании совокупности методологических и методических положений, обеспечивающих решение его процедур и задач.

Недоработка многих организационно-правовых аспектов создания и функционирования кластера – основная причина неэффективности их деятельности. В результате потенциальные возможности устойчивого развития, органически присущие этой форме интеграции финансового и производственного капитала используются не в полной мере.

Интеграция промышленных и финансовых организаций происходит на добровольной основе. Поэтому в качестве организационно-правовой формы обоснован финансово-промышленный кластер, создаваемый как совокупность юридических лиц. Целесообразно частичное объединение их материальных и нематериальных активов на основе договора об их создании.

Список литературы

1. Конкина В.С. Совершенствование методических подходов к оценке инвестиционного потенциала территории / В.С. Конкина, В.Н. Минат // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. науч. – практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. – 2019. – С. 248-251.

2. Минат В.Н. Современное значение отечественного опыта стратегического планирования 1960-х годов / В.Н.Минат, М.В.Поляков // в сб.: Актуальные проблемы науки и практики XXI века: материалы Всероссийской науч.-практ. конференции; Ряз. фил-л НОУ ВО «Московская академия экономики и права», 2016. – С. 34-37.
3. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н.Минат; Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
4. Нагамова М.С. Перспективы формирования и развития интегрированных корпоративных образований / М.С.Нагамова, Т.Н.Толстых // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 98-101.

УДК 338.43

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЗЕРНОВОЙ ОТРАСЛИ В РФ

Кострова Ю.Б., канд. экон. наук, доцент
Филиал ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Рязань, РФ
ubkostr@mail.ru

Введение. Стимулирование зерновой отрасли, формирующей основу российского экспорта АПК, содействует решению задачи по увеличению поставок продовольствия за рубеж, а также придает импульс развитию смежных отраслей, в том числе за счёт поддержки спроса на продукцию предприятий машиностроения, производства удобрений и средств защиты растений [2].

Стратегией также планируется совершенствование российских фитосанитарных требований и требований к безопасности и качеству продукции с учетом стандартов действующих и перспективных торговых партнеров России на глобальном зерновом рынке.

Основная часть. В 2018 году урожай зерна в России составил 113,3 млн. тонн. Экспорт зерна в 2018-2019 сельскохозяйственном году (завершился в июне) составил 43,3 млн. тонн (в том числе 35,2 млн. тонн пшеницы). В 2019 году, по прогнозу Минсельхоза, урожай зерна составит 118 млн. тонн. Экспорт в 2019-2020 сельскохозяйственном году ожидается в объеме 45 млн. тонн (в том числе 36 млн. тонн пшеницы) [6].

Россия по итогам 2018 года вошли в тройку крупнейших экспортеров зерна в мире. В стране есть все возможности, чтобы продолжать наращивать поставки за рубеж, но без ущерба для решения внутренних задач по обеспечению продовольственной безопасности [3].

РФ обладает потенциалом, позволяющим увеличить производство зерна. По прогнозам спрос на продукцию и услуги зернового комплекса в период до 2035 года будет увеличиваться преимущественно благодаря экспортным поставкам, производству комбикормов и развитию глубокой переработки зерна Между тем, в отрасли назрел целый ряд проблем.

Прежде всего, это: высокая зависимость урожайности от природно-климатических факторов и снижение плодородия почв; ухудшение фитосанитарной обстановки вследствие негативного влияния природно-климатических факторов и уменьшение обеспеченности производителей зерна сельхозтехникой, в том числе из-за ее удорожания; высокие инфраструктурные и логистические издержки из-за недостаточного развития инфраструктуры; низкие темпы прироста объемов внутреннего потребления зерна и незначительный объем его глубокой переработки; низкие темпы внедрения российских научно-технических разработок и отсутствие механизмов отслеживания характеристик пшеницы растущий уровень конкуренции на мировом рынке и высокая зависимость отрасли от его конъюнктуры, недостаточная поддержка продвижения российского зерна; отсутствие союзов (ассоциаций) сельскохозяйственных товаропроизводителей [4].

Для решения этих проблем утверждена Долгосрочная стратегия развития зернового комплекса РФ до 2035 года. Существенное внимание в рамках ее реализации будет уделено вопросам повышения качества производимого зерна и продуктов его переработки. Для увеличения объема производства высококачественной пшеницы будет сделан акцент на развитии механизмов мониторинга рынка пшеницы по конкретным качественным характеристикам и сокращении карантинных объектов.

Стратегия предлагает сформировать оптимальную структуру посевных площадей, обеспечить эффективность реализации зерна за счет развития материально-технической базы производства, снизить инфраструктурно-логистические издержки путем развития мощностей для хранения и перевозки зерна, увеличить экспорт и снизить волатильность цен внутреннего рынка, в том числе путем совершенствования мер господдержки.

Стратегия предусматривает три сценария развития зернового комплекса: оптимистический, базовый и пессимистический. В оптимистический сценарий заложен рост производства до 150,3 млн. тонн и экспорта до 63,6 млн. тонн, при этом посевные площади должны возрасти до 50 млн. га, а урожайность – до 35,3 центнера с гектара. В базовом сценарии предусмотрен рост производства зерна до 140 млн. тонн к 2035 году, что позволит экспортировать 55,9 млн. тонн зерновых. Прирост внутреннего потребления зерна должен составить 11,4 млн. тонн. Пессимистический сценарий предполагает производство зерна в объеме 125,4 млн. тонн к 2035 году при посевных площадях в 50,6 млн. гектаров и урожайности 27,2 центнеров на гектар, а также экспорт в объеме 39,7 млн. тонн. Он будет реализован в случае спада экономики, который приведет к снижению реальных располагаемых доходов населения и повлечет изменение состава потребительской продовольственной корзины [1].

Реализация Стратегии потребует привлечения в отрасль дополнительных инвестиций в размере 5936,1 млрд. руб. Это позволит получить суммарные поступления налогов и взносов в социальные фонды

от производителей, хранителей и переработчиков зерна за 2018-2035 годы в размере 8927,8 млрд. руб., в результате чего рост уровня доходов государства в 2035 году по сравнению с 2017 годом составит 61,6% (в ценах 2017 года [1].

При разработке Стратегии были учтены интересы, как экспортеров, так и переработчиков. Благодаря реализации всего комплекса указанных в ней мер можно не только эффективно развивать зерновую отрасль, но и подтолкнуть глубокую переработку зерна, нарастить объемы производства продукции с высокой добавленной стоимостью. Стратегия даст возможность расширить рынки сбыта и укрепить позиции экспорта российского зерна на международном рынке. Один из ключевых факторов успеха на экспортном рынке – это стабильная ценовая ситуация внутри страны.

Заключение. Принятие зерновой стратегии имеет большое значение также и для развития животноводческих предприятий. России необходимо реализовывать планы по наращиванию экспорта зерновых, но при этом важно, что принятой стратегией предусмотрен приоритет по обеспечению российского рынка. Благодаря соблюдению этого баланса животноводческие предприятия будут в полной мере обеспечены необходимым объемом кормов высокого качества по приемлемым ценам, что позволит им успешно конкурировать, как на внутреннем, так и на внешнем рынках [5].

Таким образом, развитие зерновой отрасли будет являться локомотивом роста не только российского АПК, но и связанных с ним отраслей и экономики страны в целом.

Список литературы

1. Долгосрочная стратегия развития зернового комплекса Российской Федерации до 2035 года (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 10 августа 2019 г. № 1796-р).
2. Кострова Ю.Б. Методологические подходы к исследованию продовольственного рынка // Сборник научных трудов 3-й Международной научно-практической конференции «Экономическая безопасность: правовые, экономические, экологические аспекты». – Курск: ФГБОУ ВО ЮЗГУ, 2018. – С. 91-93.
3. Кострова Ю.Б., Шибаршина О.Ю. Анализ и перспективы развития зернового рынка в РФ // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 177-180.
4. Лящук Ю.О. Специфические сельскохозяйственные риски, характеризующие кризисное состояние российского АПК // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики и управления АПК» – Рязань: ФГБОУ ВО РГАТУ им. П.А. Костычева, 2013. – С. 308-317.
5. Шибаршина О.Ю. Развитие рынка экологически чистых продуктов питания в РФ // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Современные аспекты биобезопасности продукции животноводства». – Орел: ФГБОУ ВО ОГАУ имени Н.В. Парахина, 2018. – С. 154-158.
6. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mcx.ru.

УДК 338.433

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Кострова Ю.Б., канд. экон. наук, доцент, ***Горлина И.А.***
Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Рязань, РФ
ubkostr@mail.ru

Введение. Предпочтения современных потребителей кардинально поменялись за последние 10 лет: потребление традиционных форматов продуктов снижается, теперь покупателей интересуют функциональные продукты с «суперфудами»: мороженое с тибетскими ягодами годжи, батончики с ядрами какао-бобов и напитки с плодами камю-камю с берегов реки Амазонки. Покупателю недостаточно, чтобы продукт просто удовлетворял его потребность в калориях, он ищет в еде конкретную пользу для организма [3].

Основная часть. Категория функциональных продуктов, или better-for-you – это новое поколение товаров с добавленной пользой для организма – в них повышена концентрация полезных веществ, например, витаминов, минералов и белков. Такие продукты стали ответом на актуальный запрос потребителя – желание заботиться о себе без использования таблеток и биологических добавок. Каждый из таких товаров решает конкретные задачи по части здоровья. Например, белковые коктейли, йогурты, снэки – восстанавливают мышцы, спреды с витаминами группы A и D – поддерживают здоровье сердца и сосудов.

Таким образом, функциональные продукты с заданными качественными характеристиками предназначены для удовлетворения индивидуальных потребностей человека в пищевых веществах и энергии с учетом особенностей его метаболизма, пищевых предпочтений, а также прогностических рисков возможных нарушений состояния здоровья или развития заболеваний алиментарной природы. Таким источником незаменимых пищевых веществ могут выступать жировые продукты с заданным составом, обогащенные жирорастворимыми витаминами, полиненасыщенными жирными кислотами, минеральными веществами и другими микронутриентами [4].

На мировом рынке на категорию продуктов better-for-you приходится 40 % от общего объема продаж товаров продовольственной категории и около 70 % от показателей прироста крупных компаний в данном секторе [6].

Из-за роста популярности и активного спроса на функциональные продукты к производству постепенно подключились лидеры рынка продуктов питания. Такие как Kellogg, General Mills, Cargill, Coca-Cola и другие. О глобальной популярности тренда на функциональные продукты говорит и еще одна тенденция – в данном сегменте появляется много

небольших стартапов, многие из которых привлекают значительные инвестиции от крупных игроков.

Интерес к функциональным продуктам связан с активно растущим трендом на здоровый образ жизни. В России эта тенденция стала активно развиваться с начала 2000-х годов вместе с «бумом» на фитнес-клубы и спорт. С 2012 года к волне всеобщего оздоровления подключился и продовольственный сектор. Потребители стали активно интересоваться продуктами, которые помогают поддерживать здоровье организма.

Интерес российских потребителей к функциональным продуктам определяет и сформировавшийся запрос на «удобство». У покупателей часто нет времени на полноценный прием пищи. Эта тенденция определяет внешний вид новых продуктов. Традиционные форматы больших бутылок и пачек уходят в прошлое, на смену приходит удобная упаковка, которую легко взять с собой.

Несмотря на то, что тренд на продукты better-for-you в России еще только в начале пути, многие компании уже пробуют его адаптировать. Особым успехом пользуются растительные рецептуры [5].

По данным Министерства сельского хозяйства РФ, доля растительных продуктов на российском рынке составляет 0,2 % (11 тыс. т). К 2029 году она достигнет 10,7 % (664 тыс. т) [8].

Многие страны поддерживают здоровые образ жизни и производство функциональных продуктов на государственном уровне [1]. Такие инициативы уже разработаны в Японии, Индии и Китае.

Оздоровление населения через спорт и полезное питание поддерживает и российское правительство. Так, в 2018 году Майскими указами президент Владимир Путин определил, что к 2024 году процент вовлеченности населения в занятия спортом и фитнесом должен вырасти до 55. Кроме того, власти разрабатывают национальные экологические бренды продуктов и стратегию формирования здорового образа жизни у населения, в которой одно из ведущих мест отводится сбалансированному рациону питания.

В целом, можно сделать вывод, что, несмотря на то, что тренд на функциональность еды только зарождается, рынок уже его видит и старается под него адаптироваться. На наш взгляд, рынок функциональных продуктов питания и напитков в перспективе будет только расти. Можно прогнозировать повышение интереса покупателей к продуктам с содержанием пробиотиков и аминокислот как ответ на озабоченность населения ростом заболеваний сердечно-сосудистой и пищеварительной системы в мире.

Заключение. Таким образом, в скором времени перейти на производство функциональных продуктов придется всем производителям продовольственных товаров. Им не просто будет выгоднее делать обогащенные витаминами (или чем-то другим) продукты вместо

традиционных товаров, а они практически обязаны будут это делать, потому что рынок товаров повседневного спроса требует выпуска постоянных новинок, чтобы заинтересовать потребителей и удержать их.

Выпуск обогащенных функциональными ингредиентами товаров позволит современным компаниям быть актуальными для покупателей, точно соответствовать их предпочтениям и выгодно отличаться от производителей традиционных продуктов на полке [2].

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Использование мер государственной поддержки в целях устойчивого развития сельского хозяйства РФ / Ю.Б.Кострова // Материалы XV международной научной конференции «Устойчивое развитие: общество, экология, экономика». – М.: ЧОУ ВО МУ им. С.Ю. Витте, 2019. – С. 377-383.
2. Кострова Ю.Б. Внедрение систем менеджмента качества как основа повышения конкурентоспособности предприятий АПК / Ю.Б.Кострова, Ю.О.Лящук // Материалы V международной научно-практической конференции «Потенциал роста современной экономики: возможности, риски, стратегии». – М.: ЧОУ ВО МУ им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 263-270.
3. Кострова Ю.Б. Особенности анализа спроса на сельскохозяйственную продукцию / Ю.Б.Кострова, И.В.Федоскина // Вестник РГАТУ им. П.А. Костычева. 2009. – № 2. – С. 50-51.
4. Лящук Ю.О. Управление качеством пищевых продуктов на основе системы ХАССП / Ю.О.Лящук // Материалы научно-практической конференции «Инновационные направления и методы реализации научных исследований в АПК». – Рязань: РГАТУ им. П.А. Костычева, 2012. – С. 163-168.
5. Лящук Ю.О. Внедрение систем экологического менеджмента как основа конкурентоспособности российских предприятий АПК / Ю.О.Лящук // Материалы Международной научно-практической конференции «Научные приоритеты в АПК: инновационные достижения, проблемы, перспективы развития». – Рязань: РГАТУ им. П.А. Костычева, 2013. – С. 96-101.
6. Шибаршина О.Ю. Развитие рынка экологически чистых продуктов питания в РФ / О.Ю.Шибаршина // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Современные аспекты биобезопасности продукции животноводства». – Орел: ФГБОУ ВО ОГАУ имени Н.В. Парахина, 2018. – С. 154-158.
7. Шибаршина О.Ю. Государственное регулирование экономического роста / О.Ю.Шибаршина // Сборник научных статей молодых преподавателей и аспирантов «Актуальные проблемы развития общества, экономики и права». – М.: ЧОУ ВО МУ им. С.Ю. Витте, 2017. – С. 93-99.
8. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mcx.ru/.

УДК 338.22.021.4

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА С ОСОБЫМ СТАТУСОМ В ПРОСТРАНСТВЕ РЕСУРСНОГО ДЕФИЦИТА

Котов Е.В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
kotovev@mail.ru

Введение. Эффективность организации системы экономических процессов и отношений, именуемой экономической политикой, зависит от многих факторов. В развитых странах перечень этих факторов и система мер по противодействию их негативному влиянию обязательно отражаются в государственных стратегиях развития [1]. Государство с особым статусом (ГОС) зависит от таких неэкономических факторов как форма обретения независимости (военная или мирная) и уровень политической субъектности (признанное, частично признанное или непризнанное государство). Именно они определяют объем и ассортимент имеющихся в распоряжении ГОС ресурсов, с помощью которых формируются база и перспективы создаваемой системы экономических процессов и отношений.

Цель – структурирование процесса развития экономической политики ГОС и выявление важных особенностей, определяющих дальнейшее экономическое развитие территории.

Основная часть. Наиболее неблагоприятным сценарием для формирования эффективной экономической политики является отделение на основе военного противостояния. В условиях ведения боевых действий (уровень их интенсивности не важен, поскольку их наличие, пусть даже эпизодическое, уже становится весомым сдерживающим фактором) разрыв экономических отношений происходит с наибольшими «болевыми последствиями», а кадровые потери принимают угрожающие масштабы.

При описанном сценарии, когда формирование экономической политики происходит в условиях ведения боевых действий и отсутствия внешнеполитического признания, ГОС испытывает ресурсный дефицит следующих видов:

1. Финансовый. Инвестиции прекращаются полностью, поскольку риски их потери инвестором максимальны. Кредитно-банковская система, являющаяся финансовым донором реального сектора экономики, сворачивается до уровня осуществления расчетно-кассовых операций и ломбардного обеспечения потребностей населения. Денежная масса некогда «материнского» государства ускоренными темпами выводится из обращения на территории ГОС.

2. Материальный. Частный сектор частично старается вывести производства, запасы товарно-материальных ценностей и иные производственные активы с территории ГОС. Исключение – малый и частично средний бизнес, который либо физически не может этого сделать, либо для него это экономически невыгодно.

3. Кадровый. Территория ГОС, ведущая боевые действия и не имеющая политического признания, испытывает серьезный кадровый дефицит, вследствие масштабной миграции кадров за ее пределы. В первую очередь выезжают те, для которых факторы боевых действий и политической непризнанности являются определяющими в их профессиональной реализации и поддержании достойного, по их меркам, качества жизни. В когорте выехавших весомая доля квалифицированных кадров, в том числе ведущих специалистов и руководящего состава. У тех, кто их пытается заместить уровень знаний и опыта ниже в виду того, что ранее они были лишены доступа к ним, занимая нижестоящие должности или осуществляя менее квалифицированную профессиональную деятельность.

Наличие обозначенных видов ресурсного дефицита определяет содержание последующих этапов формирования экономической политики ГОС [2]. Первый этап характеризуется бессистемной работой государства в сфере экономической политики. Главная цель – удержать максимально возможный объем ресурсов (в первую очередь материальных и кадровых). Некачественное решение данной задачи приводит к критическому дефициту ресурсов в отраслях экономики, при наличии которого невозможно осуществить не только развитие, но и обеспечить сохранение хоть какой-нибудь экономической активности в отраслевых сегментах.

Первый этап создания государственной экономической политики имеет достаточно короткий временной отрезок (по субъективным оценкам не более 2-3 лет), но именно он требует максимальной концентрации сил и времени со стороны формирующегося государства. На следующем за ним втором этапе основное внимание государственной экономической политики направлено на восстановление старых и создание новых экономических связей и отношений как внутри ГОС, так и во внешней среде. В этот период степень внешнеполитического признания ГОС становится уже определяющим фактором ее потенциала экономического развития. Имеющиеся возможности поставки в ГОС ресурсов для их переработки, продукции и услуг предприятий и организаций ГОС за ее пределы формируют «коридор движения» экономических отношений и процессов, закладывают основы, которые будут определять виды и направления экономических процессов на ближайшие десятилетия.

Второй этап, более продолжительный чем первый, занимает 4-5 лет. Его продолжительность может быть и больше, но на практике продление сроков чревато запуском процессов экономической деградации. В этот период государственная экономическая политика уже сформирована и

систематизирована, ее практическая реализация четко прослеживается в решениях и действиях государственной власти. На данном этапе развития экономической политики ГОС определяющее значение имеет разработка государственной стратегии социально-экономического развития, в которой на правовом уровне будут определены цели, задачи, приоритеты и основные направления развития. Стратегия социально-экономического развития продемонстрирует экономическую модель, которую собирается внедрять в ГОС, и перечень инструментов и механизмов, с помощью которых будет поддерживаться ее дееспособность.

Второй этап формирования экономической политики ГОС не менее важен, чем первый, и важнее третьего для политических образований такого типа. Это обусловлено тем, что на втором этапе, на основе результатов первого, государственная экономическая политика обретает свои окончательные формы и третий этап становится лишь этапом ее реализации. Процессы совершенствования реализуемой государственной экономической политики на третьем этапе ее развития конечно же будут происходить. Но это так называемые «косметические» изменения, фундаментальных основ производительных сил и сложившихся производственных отношений, которые как раз и создаются на втором этапе, они не затронут. И именно поэтому разработка стратегии социально-экономического развития ГОС на втором этапе имеет столь актуальное и определяющее будущее значение.

Заключение. Ресурсный дефицит ограничивает процессы формирования и эффективность реализации экономической политики ГОС. Противодействие его разрушающему воздействию состоит в разработке стратегии развития ГОС, в которой сформулирована экономическая модель, проведен анализ возможностей ее обеспечения и определены перспективы ее долгосрочной реализации.

Список литературы

1. Шеломенцев А.Г. Стратегии-2030: подходы к разработке в регионах России / А.Г. Шеломенцев, С.В. Дорошенко, Е.А. Трушкова, А.П. Шихвердиев // Ars Administrandi (Искусство управления). – 2017. – Том 9 – № 4. – С.570-592.
2. На пути к новой государственности: экономические и социально-правовые трансформации: Коллективная монография / В.В. Седнев, Е.В. Котов, А.В. Войтов и др.; под общ. ред. Л.Б. Костровец, Л.Г. Бордюгова. – Донецк: Издательство ООО «НПП «Фолиант», 2019. – 333 с.

УДК 338.24: 332.1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМОЙ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Кошелева Е.Г., канд. экон. наук, доцент, ***Полшкова М.Ю.***
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
o.kosheleva@donnu.ru

Введение. В последнее десятилетие динамично растёт сегмент реализации товаров и услуг с помощью интернет-рекламы. Данный вид рекламной деятельности является важной составляющей в развитии экономики региона. Этот факт актуализирует необходимость научного поиска ключевых принципов рекламного менеджмента, использующего технологии глобальных информационных сетей.

Проблемами управления интернет-рекламой на современных региональных рынках товаров и услуг занимались отечественные и зарубежные учёные, среди которых Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук, Е.М. Азарян, Е.А. Борецкий, М.С. Егорова, А.А. Годин, Н.Х. Уразаева, А.А. Романов, С.Г. Божук, Р. Суире, Дж. Висенте [1 – 4] и др.

Цель исследования – развитие теоретико-методологических основ управления интернет-рекламой на региональных рынках потребительских товаров и бизнес-услуг.

Основные результаты. Под управлением интернет-рекламой на региональных рынках понимается разработка приоритетных направлений воздействия на рекламную деятельность, осуществляемую с помощью глобальных информационных сетей, для достижения определённых целей, а именно:

- сокращение пути движения товаров и услуг от производителя к потребителю;
- переход к эффективным методам увеличения прибыли;
- развитие инфраструктуры контента;
- активное использование маркетинговых инноваций;
- рост конкурентоспособности экономики и социальной сферы региона.

Основными принципами управления интернет-рекламой регионального уровня являются иерархичность строения, структурированность, множественность и системность.

Принцип иерархичности предполагает наличие подсистемы низшего уровня, которая подчиняется подсистемам более высоких уровней. Принцип структурированности предполагает наличие организационной структуры, которая позволяет анализировать элементы системы управления рекламной деятельностью и их связь друг с другом.

Принцип множественности позволяет моделировать поведение потребителей, как отдельных индивидуумов, так и целых слоёв населения региона. Это даёт возможность использовать математические методы и модели управления рекламной деятельностью. Принцип системности предполагает, что каждый элемент отражает все признаки системы.

В рекламной деятельности посредством интернет-технологий на мезо уровне часто возникают проблемы, как по горизонтали, так и по вертикали управления. Сюда можно отнести бизнес-противоречия, социальные конфликты, сложные отношения между конкурентами, разные цели потребителей, многокритериальность предоставляемых услуг и пр. Всё это приводит к неопределённости, которую можно в значительной мере преодолеть, используя рефлексивные принципы управления интернет-рекламой.

Принципы рефлексии в управлении подразумевают оказание воздействия на всю систему ценностей, целей и образа мышления тех, кем приходится управлять. Роль субъекта управления играет менеджмент рекламных интернет-компаний. Объект управления – персонал компаний, напрямую взаимодействующий с клиентами.

Руководствуясь принципами рефлексии при управлении интернет-рекламой на региональном уровне, по нашему мнению, следует использовать методы рефлексивного управления персоналом рекламных бизнес-структур, а именно:

- прямое информационное воздействие на работников;
- воздействие путём изменения отношений в коллективе;
- выделение лидеров в управленческой среде;
- косвенное воздействие на смену приоритетов персонала;
- воздействие на моральную атмосферу в коллективе компании.

Многокритериальность рекламных отношений приводит непосредственно к многомерному статистическому анализу [4]. Наиболее подходящим в данном случае является факторный анализ.

Вычисление и интерпретация эконометрических бета-коэффициентов, дельта-коэффициентов и коэффициентов эластичности являются элементами факторного анализа. Однако в общей постановке рассматриваемая задача предполагает выяснение того факта, как показатели рекламной деятельности x_1, x_2, …, x_m влияют на результативный признак y, в роли которого выступает прибыль компании-рекламодателя.

Термин «независимые» применим к показателям x_1, x_2, …, x_m при условии, что эти переменные не коррелируют друг с другом. В этом случае задача решается с помощью метода наименьших квадратов.

В противном случае признаки x_1, x_2, …, x_m мультиколлинеарны друг с другом. Для преодоления этого нежелательного явления надо избавляться от части переменных.

Может оказаться так, что все показатели рекламной деятельности x_1, x_2, …, x_m на региональном уровне важны для нашего исследования. Мы не можем отбросить один или несколько из них.

Обычно эти признаки связаны друг с другом, что является задачей многомерного статистического анализа. В этом случае допускают, что имеются общие факторы F_1, F_2, …, F_p ($p < m$), не входящие в число переменных x_1, x_2, …, x_m, от которых эти переменные зависят линейно:

$$x_i = l_{1i}F_1 + l_{2i}F_2 + ... + l_{pi}F_p \ (i = \overline{1,m}).$$

Коэффициенты l_{ki} ($k = \overline{1,p}$; $i = \overline{1,m}$) называются факторными нагрузками. При необходимости их можно сопоставлять и ранжировать.

Факторный анализ позволяет выявить набор факторов влияния и определиться с характером их воздействия на показатели уровня развития интернет-рекламы в экономике региона. Оценки факторных нагрузок и других величин нуждаются в проверке статистическими критериями Пирсона, Фишера и Стьюдента.

Заключение. Определены теоретико-методологические аспекты управления интернет-рекламой товаров и услуг на региональном уровне, выражающиеся в соблюдении принципов менеджмента: системность; иерархичность; структурированность; множественность. Получили дальнейшее развитие рефлексивные принципы управления рекламной деятельностью, подразумевающие оказание воздействия на всю систему ценностей, целей и образа мышления тех, кем приходится управлять. Уточнены возможности многомерного статистического анализа применительно к рефлексивному управлению. Обоснован приоритет методов факторного анализа, которые позволяют выявить набор факторов влияния и определиться с характером их воздействия на показатели уровня развития интернет-рекламы в экономике региона.

Список литературы

1. Балабанова Л.В. Концептуальные основы формирования бизнес-модели трейд-маркетинга [Текст] / Л.В.Балабанова, А.Н.Германчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – № 3. – С. 31-39.
2. Борецкий Е.А. Роль и значение рекламы в условиях рыночной экономики. Функции рекламы для общества [Текст] / Е.А. Борецкий, М.С. Егорова // Молодой учёный. – 2015. – № 11.4. – С. 34-36.
3. Годин А.А. Состояние и развитие Интернет-рекламы в Российской Федерации [Текст]: монография / А.А. Годин. – М.: Центр, 2006. – 202 с.
4. Suire R. Clusters for life or life cycles of clusters: in search of the critical factors of clusters' resilience [Текст] / R. Suire, J. Vicente // Entrepreneurship and Regional Development. – 2014. – № 26 (1-2). – P. 142-164.

УДК 338.439

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ И ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Лящук Ю.О.
Филиал ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Рязань, РФ
info@muiv.ru

Введение. В 2018 году объем мирового рынка органической пищевой продукции превысил отметку в 100 млрд. долларов. Аналитики отмечают, что главные драйверы интереса к органике – осведомлённость потребителей и растущая доступность в продаже. Отмечаются также и культурные причины роста продаж: люди уходят от неорганической пищи, осознавая риски для здоровья и окружающей среды [1].

Основная часть. Во многих странах рынок органических продуктов контролируется государством. В зависимости от юрисдикции, производитель имеет право называть свои продукты «эко», «био» или «органикой» только после сертификации.

В США, стране с наибольшими продажами органических продуктов (45% от мирового рынка), контроль за сектором осуществляет Министерство сельского хозяйства (USDA). Несмотря на то, что сектор органики зародился ещё в 1970-х, федеральные стандарты и маркировка USDA Organic были утверждены только к 2002 году.

На территории стран Евросоюза действовали свои, независимые друг от друга правила. Единая органическая маркировка была введена в 2010 году, а единые правила по сертификации – в 2000 году. Благодаря цифровым кодам маркировка позволяет проследить путь сырья и продукта и получить информацию о сертифицирующем органе. «Евролист» должны получать не только местные производители органики, но и импортёры, а также компании, использующие в производстве сырьё из ЕС и не из ЕС одновременно.

В Китае с 1990 года действует сертификация Министерства сельского хозяйства «Люйсе шипинь» («Зелёная еда»). В своём изначальном варианте, позднее получившем название «Стандарт А», она допускала ограниченное использование агрохимикатов, регулируя при этом состояние воздуха, воды и почвы на фермах. В 1995 же году была выпущена более жёсткая спецификация – «Стандарт АА» – предназначенная в основном для продуктов на экспорт и полностью запрещающая синтетические пестициды и гербициды. С 2005 года в дополнение к стандартам «Зелёной еды» появился лейбл «Юдзи шипинь» («Органическая еда»).

На постсоветском пространстве появление законодательств об органической продукции происходит медленнее, чем в других странах.

Первопроходцем стала Республика Казахстан, в которой закон об органической продукции был принят еще в 2015 году, а в Украине закон об органике начал действовать со 2 августа 2019 года. Закон диктует, что осуществлять государственный контроль органического производства, оборота и маркировки в стране будет Госпродпотребслужба, также документом определяются полномочия ведомства по плановым и внеплановым проверкам и мониторингу органов сертификации.

Рынок органической продукции в России в 2018 году оценивался в 250 млн. долларов, при этом до 85 % органической продукции ввозилось в страну из-за рубежа. При относительно небольшой доле от общего рынка продуктов, интерес к органике в РФ растёт. С 2010 года наблюдается ежегодный рост этого рынка в среднем на 10 % [6].

В России производство и реализация органической продукции будет регулироваться начиная с 2020 года – именно тогда вступит в силу соответствующий закон [2]. Для того чтобы получить право писать слово «органик» на упаковках, производители должны пройти проверку на соответствие 11 пунктам. Они касаются как производства, так и упаковки и доставки. Реестр производителей органической продукции будет вести Минсельхоз РФ.

Одновременно с органической, Минсельхоз РФ планирует регулировать и экопродукцию. В июле 2019 г. года министерство уже подготовило пакет поправок, определяющий понятия «экологичные» и «экологически чистые» продукты. Под такой продукцией будет пониматься сырье и продовольствие, произведенные с применением ограниченной группы безопасных для человека и окружающей среды удобрений и других агрохимикатов, средств защиты растений, кормов, кормовых и пищевых добавок. Подобно слову «органик» в уже принятом законе, использование этих формулировок будет контролироваться на государственном уровне.

Если проект будет поддержан, то изменения вступят в силу уже с 2021 года. Закон об экологически чистой продукции предусматривает разработку ГОСТов, которые будут определять технологические требования к продуктам. Кроме того, планируется создание лабораторий для оценки их соответствия требованиям и проведение мониторинга почв.

Упоминаемые выше поправки Минсельхоза РФ формально разграничивают две категории органических и экологичных продуктов. Однако формулировки позволяют относить одни и те же продукты сразу к двум категориям. В случае принятия законопроекта в текущей редакции, к органической продукции можно будет отнести всю продукцию, полученную в результате производства, сертифицированного на соответствие действующим стандартам в сфере производства органической продукции, а также экологически чистую продукцию, если при ее производстве соблюдены требования к производству органической продукции. Отсутствие критериев, отличающих один вид продукции от другого, будет

способствовать увеличению административной и регуляторной нагрузки, при этом снизит эффективность развития производства как экологически чистой, так и органической продукции. Еще одна проблема связана с требованием не использовать упаковку, которая может привести к загрязнению экологически чистой продукции и окружающей среды. Ведь даже бумажная упаковка разлагается от 2 до 10 лет, а безопасность оксоразлагаемого пластика не доказана убедительно. На текущем уровне технического развития создание упаковки, которая не способна привести к загрязнению окружающей среды, не представляется возможным или является крайне сложным технологическим процессом.

Заключение. В связи с вышесказанным для избегания различных спорных ситуаций в законопроект необходимо внести значительные изменения, чтобы максимально чётко разделить экологическую и органическую продукцию. Мы считаем, что это можно сделать исходя из различных подходов к сертификации [4]. Органическая продукция сертифицируется в первую очередь по процессным стандартам. Сертификацию экологической продукции целесообразно проводить исходя из системы экологического менеджмента, который соединяет контроль и по процессу, и по готовой продукции [5]. Идеология контроля за экологически чистой продукцией может сочетаться с большим количеством науки и большим объемом контроля. При этом контроль может осуществляться не, как в «органике», по соответствию всем пунктам большого замкнутого цикла, а по важным экологическим аспектам, работая только с ними [3].

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Формирование рыночной системы реализации продовольственной продукции в РФ / Ю.Б.Кострова // Материалы международной научно-практической конференции «Экономика и право: теоретические и практические проблемы современности». – Рязань: НОУ ВО «Московская академия экономики и права», Рязанский филиал, 2016. – С. 120-124.
2. Кострова Ю.Б. Использование мер государственной поддержки в целях устойчивого развития сельского хозяйства РФ / Ю.Б.Кострова // Материалы XV международной научной конференции «Устойчивое развитие: общество, экология, экономика». – М.: ЧОУ ВО МУ им. С.Ю. Витте, 2019. – С. 377-383.
3. Кострова Ю.Б. Внедрение систем менеджмента качества как основа повышения конкурентоспособности предприятий АПК / Ю.Б.Кострова, Ю.О.Лящук // Материалы V международной научно-практической конференции «Потенциал роста современной экономики: возможности, риски, стратегии». – М.: ЧОУ ВО МУ им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 263-270.
4. Лящук Ю.О. Управление качеством пищевых продуктов на основе системы ХАССП / Ю.О.Лящук // Материалы научно-практической конференции «Инновационные направления и методы реализации научных исследований в АПК». – Рязань: РГАТУ им. П.А. Костычева, 2012. – С. 163-168.
5. Лящук Ю.О. Внедрение систем экологического менеджмента как основа конкурентоспособности российских предприятий АПК / Ю.О.Лящук // Материалы

Международной научно-практической конференции «Научные приоритеты в АПК: инновационные достижения, проблемы, перспективы развития». – Рязань: РГАТУ им. П.А. Костычева, 2013. – С. 96-101.
6. Шибаршина О.Ю. Развитие рынка экологически чистых продуктов питания в РФ / О.Ю.Шибаршина // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Современные аспекты биобезопасности продукции животноводства». – Орел: ФГБОУ ВО ОГАУ имени Н.В. Парахина, 2018. – С. 154-158.

УДК 330.322:338.43

О ПРОБЛЕМЕ КЛАССИФИКАЦИИ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

***Мартынушкин А.Б.*[1]**, канд. экон. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[1]**, канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Источники финансирования инвестиций в аграрном секторе экономики, на наш взгляд, поддаются классификации в рамках предположения о неоднозначности их стоимостной оценки. Данное предположение раскрывается нами с использованием концепции стоимости капитала, руководствуясь которой можно отметить, что инвестиции в производственные ресурсы имеют определенную стоимость, уровень которой должен учитываться в рамках их вовлечения в экономический процесс. Стоимость инвестиций в производственные ресурсы выражается в виде процентной ставки от общей их суммы, проинвестированной в определенный объект, которую следует заплатить инвестору в назначенный период за их использование.

Стоимость инвестиций в производственные ресурсы аграрного сектора экономики – это альтернативная стоимость или доход, который ожидает получить конкретный инвестор от альтернативных возможностей вложения при неизменной величине риска.

Основная часть. Отметим в качестве особенности инвестиционно – инновационных процессов в аграрном секторе экономики достаточно долгий в большинстве своем период окупаемости вложенных средств. Подобное обстоятельство несомненно накладывает свой отпечаток на формирование перечня возможных источников финансирования. Речь идет о привлечении помимо собственных финансовых ресурсов, привлеченных и заемных на долгосрочной основе [3].

Поскольку краткосрочный характер инвестиционно – инновационных процессов в аграрном секторе экономики достаточно редко встречается, нами не предусмотрены в числе заемных источников финансирования краткосрочных кредитов, товарных или коммерческих кредитов, текущей задолженности по расчетам. Источники финансирования инвестиций для сельхозтоваропроизводителей условно разделены нами на собственные, привлеченные и заемные.

Амортизационные отчисления, в свою очередь, можно считать вторым по значимости источником финансирования инвестиций в аграрный сектор экономики. Основным свойством данного источника является стабильность его формирования. Вместе с тем, он имеет достаточно ограниченные целевые направления, в числе которых реновация основных средств сельхозтоваропроизводителей.

Стоимостной размер амортизационных отчислений зависит от принятой амортизационной политики и объема амортизируемых внеоборотных активов.

В настоящих экономических условиях функционирования аграрного сектора экономики страны вопрос структурной составляющей источников финансирования инвестиций является, возможно, одним из самых актуальных. Ограниченность их, с одной стороны правилами Всемирной торговой организации (ВТО) и отсутствие экономической возможности с другой, предопределили поиск путей выхода из сложившейся ситуации на основе новых механизмов и форм партнерства государства и бизнеса, среди которых особое место, на наш взгляд, занимают государственно-частные партнерства в рамках формируемой национальной инновационной системы [1].

С другой стороны, нельзя не учитывать изменение самих условий ведения хозяйственной деятельности в аграрном секторе экономики в рамках членства страны в ВТО.

Правила и нормы этой организации предполагают использование во внешнеторговой деятельности критерия «мера искажающего воздействия». Данная мера применяется к трем направлениям, сущность которых раскрывается в рамках созданных желтой, голубой и зеленой корзин.

Желтую и голубую корзины можно считать оказывающими искажающее воздействие на международную торговлю.

«Желтая корзина» предполагает ограничение объемов финансирования мер, не попадающих под воздействие зеленой и голубой корзин. Подобные меры включают ценовую поддержку сельхозтоваропроизводителей, субсидирование процентных ставок по кредитам, компенсацию затрат на горюче-смазочные материалы и электроэнергию и другое.

Для развитых стран пороговый уровень финансирования в рамках «желтой корзины» ограничен 5 % стоимости всей произведенной сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, для

развивающихся – 10 %. Меры «желтой корзины» при всем этом должны соответствовать нисходящей тенденции.

«Голубая корзина» определена нами также в качестве оказывающей искажающее воздействие на торговлю в части самоограничения сельхозтоваропроизводителей. Подобная мера применяется в целях преодоления ценового спада в оптовой торговле сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием, ее применение зафиксировано в Европейских странах, Японии, США, Норвегии. При этом ограничения проявляются в фиксации выплат государственных средств с поголовьем скота, площадью сельхозугодий, урожаем, либо выплаты могут производиться из расчета не более 85 % от базового уровня производства.

Меры «зеленой корзины» не признаны оказывающими искажающее воздействие на торговлю. Программы, реализуемые в ее рамках, осуществляются за счет субсидий государства, а не потребителей, причем следствием поддержки не должно быть поддержание цен. Программы «зеленой корзины» не подлежат ограничению и могут быть реализованы в рамках проектов по формированию инфраструктуры аграрного сектора экономики, подготовку кадров для сельхозтоваропроизводителей, компенсацию убытков в результате стихийных бедствий и т.п. [2].

Заключение. Исходя из результатов проведенного теоретического исследования, под инвестиционным проектом нами будет пониматься проект по обоснованию экономической целесообразности вложений денежных средств и их эквивалентов в производственные ресурсы, имеющий определенную структуру. Структура инвестиционного проекта отражает логически предусмотренную последовательность заранее определенных действий. Реализация инвестиционных проектов в аграрном секторе экономики не возможна без учета производственных особенностей, которые определяют в свою очередь экономические условия инвестирования, в первую очередь на инновационной основе.

Список литературы

1. Ванюшина О.И. Методическое обеспечение научных исследований аграрного сектора российской экономики / О.И. Ванюшина, В.Н. Минат, Л.В. Романова // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. научно–практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. 2019.- С. 64-67.
2. Мажайский Ю.А. Эколого-экономическая система: элементы, свойства, инфраструктура / Ю.А. Мажайский, В.Н. Минат // сб.: Экологическое состояние природной среды и научно-практические аспекты современных ресурсосберегающих технологий в АПК: материалы Междунар. научно-практ. конференции. – Рязань, 2017. – С. 141-147.
3. Поляков М.В. Основные направления и источники привлечения инвестиций в аграрный сектор / М.В. Поляков, В.Н. Минат. // в сб.: Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: Материалы Междунар. научно-практ. конференции. 2008. – С. 136-137.

УДК 323.326+338.22

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

***Минат В.Н.*[1],** канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. В развитых странах существуют различные формы поддержки малого предпринимательства со стороны федеральной и региональной властей [2]. На основе изучения имеющегося опыта, оценку результативности региональной политики поддержки малого бизнеса в регионе по предлагаемой методике будем проводить на основе статистических данных деятельности малых предприятий с учетом микропредприятий, так как они наиболее полно отражают уровень развития малых предприятий в регионе.

Основная часть. Анализ представленных данных показывает, что наибольший объем государственной поддержки в форме финансирования в 2018 г. был оказан Министерством сельского хозяйства и продовольствия Рязанской области: 60,65 % от общего объема финансовой поддержки СМСП Рязанской области. В аграрном регионе, какой является Рязанская область, это вполне объяснимая ситуация. Далее, исходя из масштабов выделяемого финансирования, идут Управление Рязанской области по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры (10,96 %) и Главное управление по труду и социальным вопросам Рязанской области (8,49 %). Доля остальных управлений областного Правительства незначительна и колеблется от 0,69 % до 2,39 % [1; 4].

Рязанская область характеризуется достаточно высоким уровнем развития малого и среднего предпринимательства. Исходя из статистических данных в 2018 г. регион занимает третье место в Центральном федеральном округе и 16 место в Российской Федерации по количеству малых предприятий (включая микропредприятия), приходящихся на одну тысячу человек населения субъекта РФ. За рассматриваемый период финансовое состояние малых предприятий, характеризуется относительной платежеспособностью, их продукция (работы, услуги), а также активы рентабельны.

Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод о том, что за последние пять лет наблюдается рост всех основных экономических показателей деятельности субъектов малого предпринимательства, как количественных (число малых предприятий, среднесписочная численность персонала), так и качественных (оборот, инвестиции).

За три года число малых предприятий в Рязанской области увеличилось на 43,2 %. В отраслевой структуре за рассматриваемый период произошли следующие сдвиги. В 2018 г. больше всего (10-28 %) создано малых предприятий в следующих отраслях экономики: оптовая и розничная торговля (28 %), обрабатывающие производства (18,5 %), операции с недвижимым имуществом (17,3 %), сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (10,1 %). Наименьшую долю занимают такие отрасли как добыча полезных ископаемых (0,3 %), образование (0,11 %), рыболовство и рыбоводство (0,03 %) [3].

В целом по всем малым предприятиям Рязанской области занятость в 2018 г. увеличилась на 32,8 % по отношению к 2017 г., в секторе малого бизнеса наибольшую долю по числу занятых занимают следующие отрасли: обрабатывающие производства – 21,5 %, оптовая и розничная торговля – 20,6 %, операции с недвижимым имуществом – 17,8 %. Незначительной среднесписочной численностью работников представлены такие отрасли как добыча полезных ископаемых, финансовая деятельность и образование: 0,56 %, 0,23 % и 0,04 % соответственно.

В Рязанской области оборот малых предприятий за исследуемый период 2014-2018 гг. снизился на 8,3 %. Наибольшую долю в структуре оборота малых предприятий в 2018 г. занимают оптовая и розничная торговля (46,6 %), обрабатывающие производства (22,4 %), операции с недвижимым имуществом (8,4 %). Наименьшую долю – такие отрасли как добыча полезных ископаемых (0,55 %), рыбоводство и рыболовство (0,06 %), образование (0,01 %).

Исходя из мониторинга региональной политики по поддержке малого предпринимательства, можем сделать вывод о том, что в Рязанской области наблюдается рост основных экономических показателей.

Переходим к главному – оценке результативности. Представленная методика содержит четыре укрупненные группы показателей, среди них: показатели масштаба деятельности субъектов малого бизнеса, социальная эффективность малого бизнеса, показатели эффективности функционирования малых предприятий, инвестиционная эффективность деятельности малых предприятий. Расчет указанных групп показателей в работе, свидетельствуют о том, что рассматриваемая группа показателей имеет тенденцию к росту. Показатель «Доля малых предприятий в общем количестве предприятий региона», в 2018 г. составляет 66,31%, что соответствует уровню развитых стран. Однако, несмотря на рост показателя «Доля малых предприятий в общем количестве предприятий региона» величина показателя «Количество зарегистрированных малых предприятий в регионе» в 2018 г. снижается. В целом из анализа второй группы параметров наблюдается следующая тенденция:

численность работников на малых предприятиях в 2018 г. увеличилась на 0,9 %, по сравнению с 2017 г.;

доля занятых на малых предприятиях в общей численности занятых в регионе в 2018 г. увеличилась на 1,15 %, по сравнению с 2017 г., следовательно, только 16,73 % работающего населения в Рязанской области заняты на малых предприятиях.

Заключение. В результате анализа и оценки результативности региональной политики по поддержке малого предпринимательства можем сделать следующие выводы. За рассмотренный период 2014-2018 гг. в Рязанской области идет динамичное развитие малого бизнеса, об этом свидетельствует рост большинства качественных и количественных показателей. Однако, несмотря на рост показателей, значение большинства качественных показателей по-прежнему ниже рекомендуемого критерия оценки, следовательно, малый бизнес в Рязанской области нуждается в дополнительной поддержке.

В частности, для решения проблемы участия малого предпринимательства в контрактной системе необходимо разработать и утвердить план мероприятий («дорожная карта») «Расширение доступа субъектов малого предпринимательства к участию в аукционах/конкурсах по закупкам товаров (работ, услуг) для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Значение оптимального критерия для показателя «Доля прямых закупок (осуществленных без посредников) у СМП в ежегодном объеме закупок заказчика» составляет не менее 10 процентов.

Список литературы

1. Минат В.Н. Внедрение механизма краудсорсинга в управление социальной эффективностью работы городского транспорта / В.Н. Минат // в сб.: Донецкие чтения 2018: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы III Междунар. науч. конференции / Под общ. ред. С.В. Беспаловой. – 2018. – С. 71-73.
2. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н.Минат; Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
3. Чепик А.Г. Современное состояние и территориальная организация продовольственного рынка Рязанской области / А.Г. Чепик, В.Н. Минат, Л.В. Романова // Мичуринский агрономический вестник, 2018. – № 2. – С. 132-144.
4. Шибаршина О.Ю. Оценка эффективности капитального ремонта и модернизации многоквартирных домов как элемент совершенствования управленческой деятельности органов местного самоуправления / О.Ю. Шибаршина, В.Н. Минат // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. научно–практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. – 2019. – С. 480-486.

УДК 330.354

ПРОБЛЕМЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ

Оленичева Ю.А., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
olenich5j@yandex.ru

Введение. В современных условиях развития мировой экономики проблемы обеспечения макроэкономической стабильности приобретают все большее значение. Актуальность макроэкономической стабильности определяется ее непосредственным влиянием на такие важные для национальной экономики показатели как экономический рост, занятость и безработица, инфляция, процентные ставки. Таким образом, достижение макроэкономической стабильности является одной из важнейших функций государства.

Целью тезисов является выявление противоречий между достижением экономической стабильности и экономического роста в индустриальных странах.

Результат. «Экономический рост – увеличение масштабов совокупного производства и потребления в стране, характеризуемое прежде всего такими макроэкономическими показателями, как ВВП, ВНП, НД» [3].

Динамика экономического роста имеет свои особенности в различных государствах и отличается в разные исторические периоды (см. табл. 1).

Таблица 1

Особенности экономического роста в странах мира [5]

Группа стран	Особенности экономического роста
Страны СНГ	Существенный спад в начале 1990-х гг., который в большинстве государств сменился восстановительным ростом в 2000-х гг.
Развитые страны	Темпы экономического роста невысокие, но стабильные.
Новые индустриальные страны (Сингапур, Малайзия, Южная Корея и т.д.)	Резкий экономический рост в 1990-х гг. замедлился после 2005 г. Эти государства за относительно короткий временной промежуток совершили качественный скачок к высокотехнологичной экономике от отсталых форм хозяйствования.
Китай и Индия	Высокий экономический рост, обусловленный большой численностью населения
Страны Латинской Америки	Высокие показатели экономического роста в 2000-2008 гг. сменились спадом, с 2017 г. – снова рост

С понятием экономического роста тесно связано понятие экономической стабильности.

«Макроэкономическая стабильность – поступательное развитие экономики, обеспечивающее достижение устойчивого экономического роста при стабильном уровне цен и низком уровне безработицы, при стабильности национальной валюты, свободном перемещении капиталов, в том числе иностранных при отсутствии высокой инфляции в течение продолжительного периода; реализуется государством для создания условий, благоприятствующих инвестициям и сбережениям» [3, с. 264].

В результате достижения экономического роста и экономической стабильности можно добиться сходных позитивных последствий для экономики.

Многие развивающиеся страны, придерживающиеся макроэкономической программы стабилизации с 1990-х гг., смогли добиться устойчивого ускорения экономического роста, включая тех, которые были особенно успешны в снижении инфляции, как, например, Мексика, Однако, другие страны (африканские страны – Намибия, Конго, Ботсвана, Ангола и др. страны ниже Сахары, некоторые государства бывшего СССР) демонстрируют низкие показатели экономического роста в силу разных причин.

Однако, в индустриальных странах (например, США, Великобритания, Франция) наблюдается дефицит торгового баланса. Необходимо понять, является ли этот дефицит результатом макроэкономической политики или является следствием недостатков в производственной структуре экономик [1].

Согласно данных Министерства торговли США, отрицательное сальдо торгового баланса США в 2018 году достигло максимального уровня за последние 10 лет [2], несмотря на увеличение темпов экономического роста [3].

В 2018 г. экспорт вырос на 6,3 % до 2,5 трлн. долл. на фоне увеличения поставок товаров, включая нефть, нефтепродукты и авиационные двигатели. Однако, импорт возрос еще больше – на 7,5 % до 3,12 трлн. долл. на фоне роста закупок товаров от фармацевтических препаратов до компьютеров, а также услуг.

Дефицит торговли товарами США в 2018 г. достиг рекордно высокого уровня 891,3 млрд. долл. по сравнению с 807,5 млрд. долл. в 2017 г.

Между тем, профицит торговли услугами США в прошлом году увеличился до рекордных 270,2 млрд. долл.

Согласно отчету Министерства торговли США, дефицит торговли товарами с Китаем в 2018 г. увеличился на 11,6 % до рекордных 419,2 млрд. долл. Экспорт товаров в Китай снизился на 9,6 млрд. долл., в то время как импорт вырос на 34 млрд. долл.

Дефицит торговли товарами с Мексикой и Европейским союзом также достиг рекордных уровней.

Торговый дефицит увеличивается, несмотря на протекционистскую политику Белого дома [4].

После прихода Д. Трампа к власти его команда, с одной стороны, применяла такие инструменты, как сокращение налогов, для стимулирования роста экономики, с другой стороны, проводила политику «Америка прежде всего» для уменьшения пассивного сальдо торгового баланса. Последняя статистика продемонстрировала несовместимость данных двух целей. Причина этого кроется в том, что рост экономики США зависит от повышения объема потребления, однако рост потребления обязательно вызывает рост импорта [2].

Заключение. Таким образом, динамика экономического роста имеет свои особенности в различных государствах и отличается в разные исторические периоды. Для проведения политики экономического роста необходимо достичь управляемого уровня дефицита бюджета и торгового баланса, поддерживающего конкурентоспособный обменный курс и уменьшающий диспропорции в финансовом секторе.

Для развитых стран, таких как США цели увеличения экономического роста и повышение сальдо торгового баланса являются противоречивыми, т.к. доходы, возросшие вследствие экономического роста, частично тратятся на импортные товары, в результате чего рост импорта превышает рост экспорта.

Список литературы

1. Камилова М. Х. Макроэкономическая стабильность и повышение конкурентоспособности национальной экономики / М.ХКамилова., К.А.Ходжаева [Электронный ресурс] // Экономика и финансы. – 2010. – №3. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/makroekonomicheskaya-stabilnost-i-povyshenie-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-ekonomiki.
2. Отрицательное сальдо торгового баланса США достигло максимального уровня за 9 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://finance.rambler.ru/economics/39083751/?utm_content=rfinance&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
3. Слабость сильного доллара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ipg-journal.io/mnenie/statja/show/slabost-silnogo-dollara-610.
4. Торговый дефицит США в 2018 году достиг максимума за 10 лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vestifinance.ru/articles/115794.
5. Экономический рост в странах мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://newinspire.ru/lektsii-po-ekonomicheskomu-rostu/ekonomicheskiy-rost-v-stranach-mira-2747.

УДК 330:004

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Подмаркова И.П., канд. экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР
irina_podmarkowa@list.ru

Введение. Современный мир характеризуется стремительными изменениями, знаменующими переход общества от индустриальной к постиндустриальной стадии и разновидности последней – цифровому (информационному) обществу, или цифровой экономике [1]. Данные изменения несут в себе как ряд преимуществ, связанных с возможностями всестороннего повышения уровня и качества жизни людей, роста благосостояния общества в целом, так и определенные угрозы для части слоев и групп населения, а также для отдельных отраслей, территорий и национальных государств в современном понимании. Проблема обеспечения безопасности государства, и, прежде всего, его информационной и экономической составляющей, выходит в новых условиях на передний план.

Цель исследования – определить основные угрозы и проблемы обеспечения экономической безопасности государства в современных условиях построения цифрового общества и цифровой экономики.

Основная часть. Возрастание в глобализирующемся мире роли факторов риска, неопределенности, случайности и взаимозависимости обусловливаети более высокую значимость обеспечения безопасности во всех сферах жизни человечества, прежде всего в экономической. Экономическая безопасность государства включает в себя ряд взаимосвязанных подсистем. Автором [2] выделялись 12 основных подсистем экономической безопасности государства, актуальные для непризнанных государств постсоветского пространства, к которым относятся, в частности, ДНР и ЛНР: 1)топливно-энергетическая; 2) ресурсно-сырьевая; 3) производственная; 4) инновационно-технологическая; 5) инвестиционная; 6) продовольственная; 7) финансовая; 8) социальная; 9) демографическая; 10) субъектов хозяйствования; 11) информационная; 12) военная.

В условиях развития цифровых технологий из перечисленных подсистем в первую очередь подвергаются угрозам подсистемы 3, 4, 5, 7, 8, 10, 11. Все эти угрозы в целом связаны с проблемами обеспечением надежной защиты информационных баз данных субъектов управления и хозяйствования от несанкционированного вмешательства, а также с проблемами надежного контроля и упорядоченности финансовых потоков. Таким образом, по сути, угрозы экономической безопасности государства в условиях цифровизации можно свести к двум важнейшим угрозам: финансовой и информационной безопасности.

Угрозы финансовой безопасности государства в условиях цифровизации могут проявляться в следующем:

1. Недополучение бюджетами всех уровней доходов (прежде всего, налоговых) ввиду высокой сложности контроля за доходами, получаемыми резидентами государства как внутри страны, так и за рубежом, в результате различного рода интернет-операций, в том числе в криптовалютах. Это, в свою очередь, ведет к сокращению финансовых возможностей государства для влияния на все процессы, происходящие в экономике и обществе и к неконтролируемому росту влияния на социально-экономические процессы внутри страны негосударственных структур, в том числе зарубежных.

2. Использование не контролируемых государством финансовых, прежде всего, криптовалютных, потоков в криминальных целях, направленных на выведение финансовых ресурсов с территории государства либо на их использование в деструктивных целях.

Так, Буркальцева Д.Д., Епифанова О.Н., Жеребов Е.Д. и Овчинников Р.А. выделяют три направления использования криптовалют в криминальной сфере:

- как орудие преступной легализации средств, использование их с целью легализации доходов, полученных преступным путем, либо для незаконного приобретения оружия, наркотических средств и иных запрещенных предметов;
- как предмет преступного посягательства, что выражается в хищении криптовалюты со счетов в связи с ее высокой ценностью и легкостью сокрытия. Также одной из сфер является незаконная банковская деятельность, заключающаяся в осуществлении большого объема обменных операций;
- как средство преступного посягательства, когда происходит эмиссия электронных денег (токенов) с целью привлечения финансирования под заведомо ложные финансово-технические проекты [3, с. 24-25].

3. Неконтролируемое перераспределение доходов и расходов в обществе, что, в свою очередь, вызывает усиление социального неравенства и социального расслоения, рост теневого сектора экономики и почвы для различного рода коррупционных проявлений.

Направлениями минимизации угроз финансовой безопасности государства, вызванных развитием цифровых технологий, должны стать:

1) четкое определение правого статуса криптовалют;

2) обеспечение контроля государства за всеми финансовыми операциями, совершаемыми в сети интернет;

3) оптимизация системы налогообложения, позволяющая обеспечить как необходимый уровень доходов госбюджета, так и заинтересованность налогоплательщиков в развитии производства, науки и техники, а также в полной и своевременной уплате налогов.

Угрозы информационной безопасности государства в условиях цифровизации проявляются прежде всего в:

1. Возможности утечки и/или несанкционированного изменения / подмены информации в информационных системах различного уровня, что может повлечь за собой принятие неверных управленческих решений и нарушение прав и интересов субъектов экономики.

2. Отставании отечественных информационно-компьютерных технологий от зарубежных.

3. Неспособности эффективно противостоять «информационной колонизации» со стороны стран Запада («информационным войнам»), что негативно сказывается в том числе и на состоянии экономики.

Основными путями нейтрализации информационных угроз экономической безопасности государства должны стать:

1) применение и совершенствование отечественных криптографических технологий защиты информации;

2) стимулирование разработок в области собственных информационно-компьютерных технологий;

3) обеспечение монополии государства в области контроля за СМИ, недопущение распространения идеологически чуждой информации, выработка собственной государственной идеологии;

4) минимизация информационного влияния иностранных предприятий, банковских структур, транснациональных корпораций, и др.

Заключение. Таким образом, основными угрозами экономической безопасности государства в условиях цифровизации являются финансовая и информационные угрозы, которым следует эффективно противостоять.

Список литературы

1. Сухарева М.А. От концепции постиндустриального общества к концепции экономики знаний и цифровой экономики: критический анализ / М.А.Сухарева // Государственное управление. Электронный вестник. – Выпуск № 68. – Июнь 2018 г. – С. 445-464.
2. Подмаркова И.П. Формирование модели экономической безопасности Донецкой народной Республики / И.П.Подмаркова // Информационные технологии в экономике и управлении: материалы II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), 29-30 ноября 2016 г., Махачкала / Под ред. д.т.н., профессора Т.А. Исмаилова. – Махачкала: ДГТУ, 2016. – С. 223-227.
3. Буркальцева Д.Д. Институциональное обеспечение финансово-экономической безопасности в условиях цифровизации / Д.Д.Буркальцева, О.Н.Епифанова, Е.Д.Жеребов, Р.А.Овчинников // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2018. – Т. 11. – № 3. – С. 11-21. DOI: 10.18721/JE.11302.

УДК 332.1

ОСНОВНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИК

Подмаркова И.П., канд. экон. наук, доцент, ***Дорофеенко Д.И.***
ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия», г. Донецк, ДНР
donbassla@mail.ru

Введение. Постепенно человеческая эпоха шаг за шагом развивала и модернизировала свои экономические отношения, которые приобретали всё больший размах, связанный с модернизацией орудий труда, материальных потребностей и появлением новых продуктов деятельности. Последнее же служило осознанием человека в том, что потребности необходимо равномерно удовлетворять на всей территории, где проживали представители конкретного государства, как и то, что у каждой страны имеется собственная, обособленная специализация ведения экономических отношений. Эти две новоиспечённые задачи, которые стояли перед человеком тогда, смогли найти своё выполнение в таких известных государственных мерах регулирования экономики, как национальная и региональная экономика.

Цель исследования – определить положение и основные проблемные направления экономической деятельности в национальном и региональном плане, а также выявить возможные пути их решения.

Основная часть. Национальная экономика – это совокупность или специализированный комплекс отдельных отраслей материального производства и экономических отношений конкретного государства, который целиком и полностью основан на прямом разделении труда. Этот тип ведения экономических отношений можно встретить и под названием «народное хозяйство», что ещё больше подчёркивает её национальный смысл.

В современном мире национализация экономики приобрела большое значение практически для всех держав нашей планеты. Каждое государство на чём-то специализируется, что-то изготавливает или создаёт что-то такое, чего нет у другого. Национальная экономика во многом напоминает региональную по своим проблемам и характерным задачам, но первая экономическая категория охватывает целое государство, а вторая – локальные экономические районы и связанные с ними хозяйствующие субъекты, поэтому национальная имеет более широкий смысл и значение для страны.

Основные проблемы ведения национальной экономики: 1) распределение экономических ресурсов; 2) исследование межотраслевых связей и пропорций; 3) учёт равномерного вклада отдельных отраслей в формирование валового внутреннего продукта [2].

Современные экономические деятели нынешних государств часто строят модель национальной экономики, отталкиваясь лишь от базовых принципов «того, что нужно в данный момент», забывая, что вся нация в экономическом плане целиком и полностью зависит от регионов. Эти намерения вызывали и вызывают по сей день множество дискуссий, однако к единому мнению решения данной проблемы ведущие специалисты так и не смогли прийти. Экономический потенциал государства должен строиться на методах эффективного функционирования региональной экономики, так как экономически развитые регионы влияют на благоприятную экономическую среду всей нации [2]. Данная проблема актуальна и для Донецкой Народной Республики, поскольку уровень экономического развития в г. Донецке существенно отличается от других городов и районов.

Региональная экономика предполагает равномерное территориальное распределение экономических ресурсов на локальном уровне. Теоретические основы данной экономики были взяты из трудов выдающегося экономического деятеля и основателя региональной науки Уолтера Айзарда [4].

Базовой проблематикой этого экономического направления признано считать: 1) экономику отдельного региона; 2) экономические связи между регионами; 3) региональные системы (национальная экономика как система взаимодействующих регионов); 4) размещение производительных сил; 5) региональные аспекты экономической жизни [1].

Главная задача региональной экономики заключается в научном обосновании разумного компромисса между экономическими интересами страны в целом и отдельных её регионов. Рассматривая процесс регионального воспроизводства с позиции экономической теории и методологии, можно прийти к выводу о том, что устойчивое развитие экономических систем регионов представляет собой расширенное воспроизводство всех факторов производства.

По определению З.В. Прокопенко, устойчивое развитие региона определяется как особый механизм его функционирования, способный внутренние и внешние эффекты от происходящих в жизни региона изменений превращать в региональные конкурентные преимущества, сохраняя при этом сбалансированность в развитии экономической, социальной и геоэкологической подсистем региона [3, с. 6].

Рассмотрев характерный проблемный аспект региональной экономической системы, можно сформулировать следующие потенциальные направления и возможные методики решения:

- проведение моделирования региональной системы по локальному признаку, проверка общей экономической ситуации и её динамики;

- совершенствование механизмов и методов управления и регулирования хозяйственной деятельности в регионе (в том числе и

модернизация социально-экономических, организационных и производственных механизмов);

- правильное, рациональное и грамотное распределение ресурсов в каждом из отдельных регионов (разработка комплексных методик и программ по усовершенствованию всех экономических сфер в слабых и отсталых регионах, налаживание и расширение границ их экономического функционала путём характерных нововведений в экологическую политику);

- наладить систему денежного обращения регионального масштаба, решить проблему безденежья и отсутствия/непригодности необходимых средств к продуктивной экономической деятельности (новое оборудование и материалы, реставрация и восстановление производственных сооружений, инфраструктуры, и т. д.);

- рассмотрение вопроса о комплексном переходе на альтернативные источники энергетических ресурсов.

Для Донецкой Народной Республики, помимо отмеченного, актуально скорейшее принятие программ экономического и социального развития как для Республики в целом, так и в разрезе отдельных отраслей и административно-территориальных единиц, в соответствии с Законом Донецкой Народной Республики «О республиканских программах» от 02.10.2015 №80-IНС с изменениями, внесенными Законом от 10.03.2017 № 160-IНС.

Заключение. Исследование национальных и региональных экономических аспектов имеет особое значение для государства, поскольку именно экономика является первичным средством и методом обеспечения всем необходимым не только человека, но и всей страны в целом. Состояние экономики выступало и продолжает выступать одним из важнейших рычагов налаживания абсолютно любых отношений с другими державами, что особенно важно для молодой Донецкой Народной Республики.

Список литературы

1. Ефремова С.М. Проблемы регионального экономического потенциала устойчивости национальной экономики / С.М.Ефремова // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2010. – № 3. – С. 10-13
2. Кистанов В.В. Региональная экономика России / В.В.Кистанов, Н.В.Копылов. – 2003. – С. 270. – ISBN 5-279-02378-7.
3. Прокопенко З.В. Система устойчивого регионального развития и основы её формирования: концептуальный аспект [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2017. – Том 9. – № 6 (2017). – Режим доступа: КиберЛенинка: https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-ustoychivogo-regionalnogo-razvitiya-i-osnovy-eyo-formirovaniya-kontseptualnyy-aspekt (дата обращения: 19.09.2019 г.).
4. Региональная экономика / под ред. Т. Г. Морозовой. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 641 с.

УДК 338

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Пудовкина О.Е., канд. экон. наук, доцент
Сызранский филиал ФГБОУ ВО Самарский государственный экономический университет, г. Сызрань, РФ
olechkasgeu@mail.ru

Введение. «Цифровая экономика» является предметом бесконечных дискуссий. Сегодня мы наблюдаем фундаментальные изменения в обществе и экономике благодаря цифровизации. Преобразование отраслей народного хозяйства должно быть положено в основу, поскольку эта трансформация является одним из факторов, которые является ключом к успеху российской экономики: ее высоко инновационный и ориентированный на будущее промышленный сектор.

Промышленное производство и связанные с ним услуги лежат в основе национальной экономики. Они представляют более половины его экономических показателей. 2019 год объявлен городом развития регионов и цифровизации страны. Сегодня формируется новый промышленный уклад, основанный на сфере цифровых технологий. Цифровизация – это не новый тренд, а новый уклад жизни.

Цель. Рассмотреть историю и значение цифровизации для российских отраслей промышленности.

Основная часть. Развитие цифровых технологий играет ключевую роль в развитии современного общества. В последнее время во все языки мира проникли такие термины как Smart Citi, Smart CRI и в данном смысле Россия не является исключением. Цифровизация стала главной темой новостей, а программы Цифровая экономика, Цифровая энергетика, Цифровое сельское хозяйство и другие стали основополагающим трендом развития не только государства, но и всех крупных промышленных холдингов.

Важно отметить, что основополагающим фактором успешной реализации цифровых преобразований является создание единого информационного пространства (ЕИП) и эффективных интеграционных механизмов на различных уровнях взаимодействия субъектов социально-экономической деятельности. Однако согласованного понимания основополагающей, интегративной роли данных, как ключевого фактора производства, до сегодняшнего дня так и не было достигнуто. В нынешних условиях постоянно меняющихся способов взаимодействия невозможно реализовать интеграционные механизмы на уровне действующих процессов и поддерживающих их информационных систем. Необходимым условием эффективной цифровизации предприятий

является обеспечение качества данных через «единый взгляд» на них всеми вовлеченными участниками не только на уровне отдельного предприятия, но и в масштабах отрасли, страны, глобального сообщества. Наиболее остро и полно проблемы создания единого информационного пространства, интеграционных механизмов и обеспечения качества данных ставит машиностроение, роль которого в формировании сложных кооперационных цепочек с другими отраслями экономики является определяющей. Именно успешная реализация программы цифровизации предприятий машиностроения (заводов серийного выпуска продукции, конструкторских бюро, опытных предприятий) и есть залог успешной цифровизации всей экономики России.

История промышленной автоматизации начинается с 80 годов XX века, когда появились первые программируемые контроллеры для управления различными технологическими процессами. Со временем они стали формировать автоматизированную информационную систему, которые имеют большие модули ввода вывода, что позволяет получать информацию о технологическом процессе в режиме реального времени.

В ходе развития цифровых технологий системы АСУП стали соединяться с так называемыми MS системами, которые позволяли собирать информацию об оптимизации контроля качества технологического процесса. Фактически MS система – это программное обеспечение, позволяющее синхронизировать, управлять качеством в рамках какого-либо производства. Несмотря на то, что MS системы являются системами уровня цеха, они могут интегрироваться между собой в рамках целого предприятия. В задачи MS системы входит управление технологическим оборудованием, отслеживание его загрузки, управление персоналом и многое другое.

Следующим уровнем программного обеспечения является ERP. Это система, которая управляет в рамках производства несколькими цехами или технологичными площадками с целью управления активами производства. Такими как персонал, финансы, промышленные ресурсы, сырье и т.д. На сегодня большинство предприятий Российской Федерации применяют уровень систем MS и ERP для управления своим производством.

Безусловно, современные цифровые технологии оказывают влияние на структуру системы управления производством, начиная с уровня АСУТП и заканчивая уровнем ERP системы, делая более совершенными, оптимальными и удобными. Среди этих технологий облачные вычисления, искусственный интеллект, машинное обучение, 3-Д печать и многое другое.

Слияние промышленной автоматизации и ИТ-технологий привели к появлению новой экосистемы промышленного Интернет вещания. Участники этой системы занимаются разработкой новых подходов к управлению производством, апробированием и коммерционализацией этих

решений, производят много новых инновационных продуктов и внедряют их в различные отрасли промышленности. Например, инновация, зародившаяся внутри какого-либо университета и подхваченная талантливыми технологическими предпринимателями. К примеру, распознавание образов при сборке агрегатов может быть апробирована на заказчике машиностроительной компании и в последствии войти в перечень продуктов – от цифрового проектирования до сборки, который сможет использовать ее в виде своего комплексного решения.

Экосистема базируется на большом количестве данных, которые ежесекундно генерируются на промышленных предприятиях. Данные становятся ценным активом и выступают в качестве топлива всех цифровых инноваций. Их грамотное использование позволяет получать новые продукты, сервисы позволяют принимать правильные управленческие решения.

В результате в нашей стране назрела цифровая трансформация промышленности. Процесс, отражающий переход промышленного сектора из одного технологического уклада в другой посредством цифровых технологий с целью повышения эффективности конкурентоспособности предприятия.

Чем же привлекательны цифровые технологии для промышленности? Тем, что позволяют повысить эффективность производства. Современные цифровые технологии позволяют не только собирать информацию с большого количества датчиков и устройств, но и накапливать, структурировать, анализировать методами искусственного интеллекта эти данные, делать выводы, предлагать практические шаги по оптимизации промышленного производства с готовым финансовым расчетом. Таким образом, мы получаем оценку эффективности производства не только для технического персонала организации, но и для финансистов и руководства. В целом, концепция Интерет-вещей – это концепция, позволяющая собирать в ИТ-системы предприятия данные из датчика систем и более эффективно управлять производством.

Заключение. Таким образом, считаем, что с целью эффективного управления единой информационной отраслевой системой управления необходимо разработать общую стратегию ее развития на базе существующей стратегии развития отрасли на период до 2020 года [5], основной целью которой является сохранение и развитие российского машиностроительного комплекса. Для осуществления указанных функций необходимо установить цели коммуникационной политики в отрасли, проработать комплекс мер, направленных на реализацию информационного потенциала предприятий промышленности.

Список литературы

1. Бойкова Н.А. Различные интерпретации понятия экономического пространства в научной литературе / Н.А.Бойкова // Экономика образования. – 2009. – № 1, ч. 2. – С. 93–100.

2. Дорофеева В.В. Возможности использования методики комплексной оценки конкурентоспособности на примере предприятий машиностроительной отрасли / В.В.Дорофеева // Организатор производства. – 2014. – № 1 (60). – С. 60-67.
3. Ершова Т.Б. Организационные аспекты создания единого информационного пространства предприятия / Т.Б.Ершова // Транспортное дело России. – 2009. – № 2. – С. 56−57.
4. Зверев В.В. Информационная инфраструктура предпринимательства: теория и практика развития / В.В.Зверев, И.В.Ганжа Волгоград: Волгоград. науч. изд-во, 2009. 200 с.
5. Индикаторы цифровой экономики:2018: Статистический сборник / Г.И.Абрахманова, К.О. Вишневский, Г.Л. Волкова, Л.М. Гохберг и др.: Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики. – М.: НИУ ВШЭ. 2018. – 268 с.
6. Козлов А.С. Управление Портфелем Программ и Проектов: процессы и инструментарий. Монография. – М.: ЗАО «Проектная ПРАКТИКА», 2010. – 350 с.
7. Козлов А.С. Методология управления портфелем программ и проектов. Монография. – М.: ЗАО «Проектная ПРАКТИКА», 2009. – 194 с.

УДК 69.003.13

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

***Ретюнских В.Н.*[1],** канд. техн. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[1],** канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
[2]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет, имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ,
minat.valera@yandex.ru

Введение. Политика в сфере капитального строительства охватывает широкий круг вопросов, связанных с возведением и перестройкой разномасштабных строительных объектов гражданского и промышленного назначения. Однако, на региональном уровне, безусловно, политика в сфере капитального строительства ориентирована, прежде всего, на обеспечение населения жильем, что положительно влияет на уровень социальной удовлетворенности общества и рост экономики региона в целом, а повышение эффективности реализации жилищной составляющей строительной политики выступает приоритетом и в нашем исследовании.

Основная часть. Поскольку основой реализации политики в сфере капитального строительства Рязанской области в 2018 году явились государственные целевые программы, то и оценивать эффективность строительства различных объектов жилья и инфраструктуры в регионе целесообразно, на наш взгляд, по итогам исполнения программных

мероприятий. При этом, эффективность подразумевает достижение максимально положительных для населения результатов реализованного программного мероприятия за счет использования минимально возможных ресурсов: финансовых, в большинстве бюджетных (финансовая эффективность), материальных, инновационных и т.п. [2].

На основании проведенного анализа можно заключить, что эффективность реализации политики в сфере капитального строительства Рязанской области, осуществляемая органами исполнительной власти региона достаточно высока. Причина такого положения видится в грамотной реализации программно-целевого подхода к управлению капитальным строительством.

Однако, нам представляется, что сама методика такой оценки страдает некоторыми погрешностями в плане комплексности охвата необходимых индикаторов, выходящих за рамки запланированного в той или иной программа [1]. Подобные недостатки в анализе и оценке эффективности реализации политики в сфере капитального строительства поставили перед нами исследовательскую задачу совершенствования методического обеспечения реализации указанной политики в Рязанской области, чему посвящена третья глава настоящего исследования.

Проведенный нами анализ социальных и экономических эффектов позволил разработать соответствующую модель, отражающую их проявление при реализации политики в сфере капитального строительства региона. Из данного анализа следует, что проведение региональной политики в сфере капитального строительства способствует улучшению качества жизни населения, так как в первую очередь каждый человек стремится жить в благополучных условиях.

Определив критерии и показатели в рамках разработанной нами системы балльной оценки результативности и эффективности реализации политики в сфере капитального строительства Рязанской области, введем рейтинг и применим систему балльных оценок. Система балльной оценки результативности и эффективности реализации политики в сфере капитального строительства Рязанской области направлена на управление реализацией политики в сфере капитального строительства Рзанской области и позволит: развить нормативно-правовую базу, связанную с реализацией федерального законодательства на соответствующей территории; организовать и провести информационную работу среди населения; разработать и реализовать эффективные региональных программ.

Для определения плановой и фактической эффективности реализации программ капитального строительства следует найти отношение планового (фактического) значения результирующего показателя программного мероприятия к плановым (фактическим) затратам, осуществляемым с целью достижения ожидаемого результата в процессе реализации программ развития капитального строительства.

Нами разработан возможный планируемый вариант по Рязанской области, а мы прокомментируем: если фактическая эффективность реализации программного мероприятия находится в диапазоне: от 55 % до 80 % – необходим дальнейший мониторинг результативности и эффективности реализации политики в сфере капитального строительства региона; от 55 % до 40 % – свидетельствует о принятии срочных мер по реализации политики в сфере капитального строительства региона; менее 40 % – требуется разработка новой политики в сфере капитального строительства региона.

Формирование регионального жилищно-строительного кластера связано с реализацией политики в сфере капитального строительства региона. Региональный жилищно-строительный кластер – это пространственная организация жилищно-строительной сферы региона, формируемая путем совокупных действий региональных органов власти и бизнес – структур, учитывающая интересы всех участников кластера и создающая благоприятные условия для их функционирования с учетом социально-экономической стратегии развития территории.

Для жилищно-строительного кластера характерна социальная направленность, так как основная цель его функционирования – рост качества жизни населения через обеспечение его жильём и поддержание функционирования ранее возведенного жилищного фонда в соответствующем состоянии.

Заключение. Авторы считают, что новыми являются следующие положения и результаты, связанные с созданием жилищно-строительного кластера в Рязанской области:

- намечается непосредственное решение задачи формирования благоприятной среды обитания через пути использования при строительстве жилья обоснованных экологических, энергосберегающих нормативов, обеспечивающих комфортные условия проживания, безопасность и здоровый образ жизни;

- в теории появляется возможность последовательно дополнить критерии возводимого жилья параметрами устойчивости развития застраиваемой территории; эффективности потребления воды; энергоэффективности; обязательности использования экологически чистых материалов и ресурсов и др.

- на практике можно использовать возможности по максимальной переработке отходов строительства и по вторичному использованию материалов, позволяющему снизить инвестиционную составляющую в строительстве; стимулированию потребителей к экономии энергетических ресурсов через систему учета и контроля.

Список литературы

1. Мажайский Ю.А. Эколого-экономическая система: элементы, свойства, инфраструктура / Ю.А.Мажайский, В.Н.Минат // сб.: Экологическое состояние

природной среды и научно-практические аспекты современных ресурсо-сберегающих технологий в АПК: материалы Междунар. научно-практ. конференции. – Рязань, 2017. – С. 141-147.
2. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н.Минат; Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.

УДК 338.432

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

***Родин И.К.*[1],** канд. экон. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[1]**, канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет, имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Продовольственный рынок является неотъемлемым структурным звеном любой рыночной экономики и относится к ресурсному типу рынков (таких же, как рынок любых других ресурсов: энергоносителей, земли, труда, инвестиций, сырья и т. п.). Необходимо заметить, что из всех рынков ресурсов, при всей их огромной важности для развития экономики, только два – рынок продовольствия и рынок труда – имеют не только экономическое, но, в первую очередь, социальное значение [1]. Подобный подход позволяет определить продовольственный рынок как систему социально-экономических отношений субъектов хозяйствования по поводу производства, обмена, распределения и потребления продуктов питания. Именно последнее, в конечном счете, являются объектом данного рынка и выступают в качестве товара на нем, хотя очевидно, что степень готовности к потреблению (производительному и личному) этих товаров может быть разной.

Основная часть. Продовольственный рынок включает в себя только ту часть продукции, которая идет непосредственно в личное потребление населения, а как система включает только отрасли, связанные с производством и реализацией продовольствия, специализируясь прежде всего на удовлетворении потребностей населения. По натурально-вещественному составу» конечный продукт продовольственного рынка включает часть сельскохозяйственного сырья, поступающего в личное потребление», «продукцию отраслей пищевой промышленности, «продукцию общественного питания», а также продукцию оптовой и розничной торговли, полученную не только крупными и мелкими

производителями различных форм собственности на внутреннем рынке, но и (что особенно актуально для России в настоящее время) [3].

Другими словами, продовольственный рынок как система социально-экономических отношений по поводу производства обмена, распределения и потребления продуктов питания представляет собой совокупность множества специализированных рынков, что является обстоятельством необычайно важным для нашего исследования: в отличие от государственного регулирования, воздействующего на весь рынок в целом, коррекция (исправление) неравновесных состояний может касаться только отдельных сегментов данного рынка.

Таким образом, продовольственный рынок является важной составной частью агропромышленного комплекса, представляющей собой самостоятельную систему в процессе общественного воспроизводства, в которой обмен продовольственными товарами выступает как опосредующий момент между производством сельскохозяйственного сырья и заготовки природных ресурсов, переработкой продовольственного сырья и обусловленным ими распределением, с одной стороны, и индивидуальным потреблением продовольственной продукции, – с другой.

Исходя из терминологического уточнения категории «продовольственный рынок», необходимо подчеркнуть его своеобразие и специфику в системе потребительских рынков, заключается она в следующем [1]:

- продовольственный рынок по своей структуре представлен преимущественно товарами первой необходимости, удовлетворяющими в первую очередь физиологическую потребность в питании. Предметы роскоши и престижа на рынке продовольственных товаров представлены не так явно и в меньшем объеме, чем на рынке непродовольственных товаров;
- характер потребления товаров продовольственного рынка в меньшей степени подвержен влиянию моды и больше обусловлен спецификой климатогеографических условий региона и национальными традициями населения, чем товары других потребительских рынков;
- объем потребления продовольственных товаров ограничивается не только нормативами рационального питания и культурой потребления данного общества, сколько лимитированными физиологическими возможностями человека потреблять пищевые продукты. Напротив, объем непродовольственных потребительских товаров ограничивается лишь денежными средствами и системой ценностей индивида;
- спрос на товары потребительских рынков подчиняется общим закономерностям, но, тем не менее, спрос на продовольствие имеет свои особенности, отличия, обусловленные товароведной характеристикой продуктов, спецификой их потребления и индивидуальными особенностями потребителя;
- товары продовольственного рынка максимально приближены к потребителю и реализуются основную часть суток или круглосуточно, в

отличие от товаров других потребительских рынков, как правило, более удаленных от мест потребления и реализуемых в более короткое, фиксированное время в течение суток.

Экономическая специфика продовольственного рынка определяется иерархией потребностей, высокой степенью локальности и автономности, институциональной и структурной устойчивостью потребления его товаров, низкой ценовой эластичностью и стратегическим значением на макро- и микроуровне. Роль и динамика рынка продовольствия зависят от его объема, открытости, насыщенности, самообеспеченности, экспортной ориентации, импортной зависимости, степени безопасности, перспектив роста и развития в направлении, необходимом для расширенного воспроизводства хозяйственной системы страны [2].

Спрос на этом рынке может сокращаться под воздействием тех или иных факторов, но лишь до определенных пределов, ограниченных простым воспроизводством индивидов, что и составляет минимальную его границу, даже если предложение сократится до нуля. Это обусловлено автономным характером потребления продовольствия: спрос на продукты питания будет существовать всегда и независимо от предложения. В условиях циклических и трансформационных кризисов продовольственный рынок, оставаясь самым устойчивым и масштабным, дольше сохраняясь в фазах спада и быстрее оживая в фазах подъема, особенно нуждается в государственном регулировании.

Заключение. Подводя итог вышесказанному, отметим, что продовольственный рынок есть социально-экономическая категория, являющаяся самостоятельной отраслью и в то же время – частью национального агропромышленного комплекса (определенным товарным сегментом потребительского рынка), представляющая собой все совокупное предложение продовольственных товаров в данном регионе и в данное время, предъявленное индивидуальному потребителю для личного потребления.

Список литературы

1. Денисов Н.В. Рынок продовольственных товаров как социально-экономическая категория / Н.В. Денисов // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 56-63.
2. Кострова Ю.Б. Моделирование оптимального размещения сети оптовых продовольственных рынков / Ю.Б. Кострова, В.Н. Минат // в сб.: Донецкие чтения 2018: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы III Междунар. науч. конференции; под общ. ред. С.В. Беспаловой. – 2018. – С. 306-308.
3. Шмарова М.А. Анализ состояния и перспективы развития продовольственного рынка Рязанской области / М.А. Шмарова, Г.А. Шмарова, В.Н. Минат // в сб.: Современному АПК – эффективные технологии: материалы Междунар. науч. – практ. конференции, посвященной 90-летию В.М. Макаровой. – 2019. – С. 490-492.

УДК 331

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТОЙНОГО ТРУДА НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ УПРАВЛЕНИЯ

Романова Н. В., канд. экон. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
nt.romanova@donnu.ru

Введение. Обеспечение достойного существования человека труда является одной из ключевых проблем экономических, философских, социологических исследований зарубежных ученых. Заимствование и адаптация накопленного значительного международного опыта всестороннего исследования проблем достойного труда и реализации программ повышения его уровня к современным условиям позволяет найти новые решения преодоления социально-трудовых проблем и отыскать пути обеспечения достойного уровня условий использования трудового потенциала, обогатить научные достижения. Зарубежные наработки в сфере достойного труда формируют прогрессивные мировые стандарты состояния трудовой сферы, условий и направлений формирования политики управления качеством жизни работающей прослойки общества.

В России проблемы обеспечения достойного труда являются актуальными, поскольку соответствуют принятому курсу политики на экономическое благополучие, их решение позволяет удовлетворить потребности общества, государства и работодателей. Россия на основании определения собственных потребностей стремится к конструированию индивидуальной модели развития трудового потенциала, сформированные мировые стандарты и наработки в этой сфере могут стать элементами механизма управления этими процессами на микро-, мезо – и макроуровнях.

Цель данной работы – анализ зарубежных моделей обеспечения достойного труда на всех уровнях управления развитием трудового потенциала и обоснование необходимости адаптации зарубежного опыта к российским реалиям.

Основная часть. Научные обобщения литературных источников показывают различную интерпретацию термина «достойный труд», что в разных странах формирует различные направления исследований в этой сфере, влияет на особенности разработки и реализации программ по обеспечению достойного труда. Термин «достойный труд» вошел в научный оборот в результате реализации глобальных целей Международной организации труда, хотя проблемы, связанные с содержанием этого понятия, обсуждались на протяжении столетий. Достаточно активная научная деятельность по изучению концептуальных основ достойного труда проводится специалистами Академии труда и

социально-трудовых отношений под руководством д.э.н., профессора Костина Л.А., в работах которых освещаются проблемы достойного труда и определяются перспективные направления проведения научных исследований в этой сфере, а именно: разработка национальных приоритетов социально-трудовой политики с учетом требований достойного труда, экономическое значение достойного труда и т.д.

Значительный вклад в разработку теоретических и прикладных аспектов достойного труда внесла Международная организация труда, которая предлагает определять данное понятие как «эффективный труд в хороших и безопасных условиях, дающий работнику удовлетворение, возможность в полной мере проявить свои способности, навыки и мастерство, труд с достойной оплатой и справедливым распределением плодов прогресса, труд, когда права трудящихся защищены» [2]. Опыт работы Международной организации труда почти в 140 странах мира свидетельствует, что стратегическая направленность социально-экономической политики стран на расширение возможностей для достойного труда обеспечивает, как правило, устойчивое развитие общества: «странам, которые достигают экономического роста без соответствующего роста качества рабочих мест удается сохранить здоровые экономические показатели. Однако, экономический рост, который идет рука об руку с улучшением достойного труда, как правило, остается устойчивым» [1].

С учетом изложенного выше материала можно сформулировать основное содержание понятия достойного труда. Достойный труд (по сущностному определению) – это возможность всесторонней реализации прав человека на труд в условиях высокой эффективности на принципах равенства, безопасности, социального партнерства и интеграции, развития и человеческого достоинства; трудовая деятельность, отвечающая общественно необходимым требованиям и интересам сторон социально-трудовых отношений, способствующая устойчивому человеческому развитию. Концепция достойного труда ориентирована на широкие слои населения, прежде всего, на наименее защищенные в аспекте реализации трудового потенциала, что отвечает ключевым направлениям внутренней и внешней политики России [3].

В развитых зарубежных странах накоплен значительный опыт разработки и реализации стратегий обеспечения достойного труда, которые являются практическим воплощением научных достижений относительно концептуальной сущности данной категории. Изучение литературы по зарубежному опыту управления достойным трудом позволяет сформулировать основные принципы внедрения программ повышения качества трудовой жизни: развитие социального партнерства, производственной демократии на основе обеспечения самоответственности в труде. Демократизация хозяйственной деятельности на

микроуровне проявляется в таких формах как соучастие, соуправление и самоуправление персонала в деятельности предприятия.

Опыт зарубежных стран свидетельствует, что повышение уровня качества трудовой жизни должно основываться на принципе социотехнической оптимизации труда, что предусматривает учет соотношения человека и техники, потребности в создании техники «нового поколения», которая стимулирует ее интеллектуальное и духовное развитие, тем самым противодействует «отчуждению» человека от труда. В своих работах некоторые зарубежные исследователи высказываются о том, что техника может стать человеческой, только повернувшись к малому, доступному опыту, к такому, который осуществляется силой наших мускулов [4].

Заключение. Таким образом, изложенные зарубежные наработки по обеспечению достойного труда придают системности механизму управления этим процессом и определяют основные мировые стандарты обеспечения качества трудовой жизни. Важным для России является внедрение прогрессивного международного опыта соблюдения принципов достойного труда в управленческом процессе на макро-, мезо- и микроуровнях, эффективного управления качеством трудовой жизни, что является условиями реализации целей человеческого развития.

Список литературы

1. Доклад Международной организации труда «Мир труда в 2014 году: разработка задач» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ilo.org/global/research/global-reports/world-of-work/2014/WCMS_243961/lang--en/index.htm.
2. Доклад МОТ. Укрепление потенциальных возможностей МОТ по оказанию содействия государствам-членам в достижении целей Организации в контексте глобализации 2007 г. [Электронный ресурс]. – http://www.ilo.org/public/russian/standards/relm/ilc/ilc96/-pdf/rep-v.pdf.
3. Послание Президента Российской Федерации Федеральному к Собранию Российской Федерации от 03.12.2015 г. «О положении в стране и основных направлениях внутренней и внешней политики государства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?searchres=&bpas=cd00000&a3=&a3type=1&a3value=&a6=&a6type=1&a6value=&a15=&a15type=1&a15value=&a7type=1&a7from=&a7to=&a7date=&a8=&a8type=1&a1=&a0=%E4%EE%F1%F2%EE%E9%ED%FB%E9+%F2%F0%F3%E4&a16=&a16type=1&a16value=&a17=&a17type=1&a17value=&a4=&a4type=1&a4value=&a23=&a23type=1&a23value=&textpres=&sort=7&x=87&y=17).
4. NYS CSEA Partnership Training. Quality of work life grants program [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nyscseapartnership.org./website/quality-of-work-life-grants.cfm.

УДК 334.012.6

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, УЧАСТВУЮЩИХ В БЛАГОУСТРОЙСТВЕ ТЕРРИТОРИЙ

Руденко Л.Г., канд. экон. наук, доцент
ЧОУВО «Московский университет им. С.Ю. Витте», г. Москва, РФ
lrudenko@muiv.ru

Введение. Городское благоустройство является одной из актуальных вопросов современного градостроительства. Оно решает проблему создания благоприятной среды обитания, обеспечения комфортных условий для всех видов деятельности населения [1].Современный этап развития городского благоустройства ставит ряд новых задач, которые нельзя решить без привлечения предпринимательских структур.

Цель настоящего исследования заключается в поиске мер поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП) городов Кировской области при участии в благоустройстве территорий.

Основная часть. Зачастую обязанность содержать прилегающую территорию вменяется владельцам бизнеса в силу срочных предписаний местных органов власти, закрепленных в соответствующих муниципальных правовых актах [2]. Кроме того, за ненадлежащее исполнение смежных обязательств по благоустройству земельных участков владельцы имущества привлекаются к административной ответственности на основании законов, принятых субъектами РФ. Предпринимательские структуры опротестовывают в суде отдельные нормы муниципальных правовых актов в сфере благоустройства и такие обращения в суд оказываются успешными.

Создание условий для полноправного участия предпринимателей в развитии городской среды является актуальной задачей для областного правительства, о чем не раз подчеркивали спикеры Стратегической сессии «Разработка мер поддержки малого и среднего предпринимательства в сфере благоустройства городской среды и сельской местности, в том числе в моногородах» [3].

Обустройство общественных зон, парков и скверов, создание современных территорий для спорта и отдыха, благоустройство детских площадок – со всеми этими задачами малый и средний бизнес может успешно справляться [4]. Однако бизнесу нужны такие меры поддержки, которые позволяют еще активней проявлять себя в данной сфере.

Предприниматели в своей деятельности выделяют несколько проблемных блоков: бизнесу нужна помощь в получении новых компетенций и специальных знаний, таких как планирование, расчет бизнес-планов, маркетинг и продвижение. Одной из мер поддержки может стать проведение семинаров, upgrade-лабораторий, мастер-классов с

участием предпринимателей и органов власти, что позволит выявить потенциал отрасли, точки роста и проблемные вопросы. Консультационная поддержка по вопросам поддержки МСП в сфере благоустройства, на наш взгляд, может быть оказана центрами «Мой бизнес».

Важной проблемой является выстраивание коммуникаций между властью, бизнесом и обществом в вопросах благоустройства территорий [5]. В рамках реализации федерального проекта «Акселерация малого и среднего предпринимательства» нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» проходят межрегиональные рабочие встречи представителей министерств, общественных предпринимательских объединений, органов исполнительной власти и бизнес – сообщества, где вырабатываются проекты решения проблем. С учетом предложений из регионов, принято решение о разработке новых мер поддержки в рамках реализации спецпрограмм: «Бизнес для села», «Бизнес для города», «Поддержка субъектов МСП в моногородах».

Уже сейчас начался масштабный проект, направленный на благоустройство территории – «Формирование комфортной городской среды», который представляет собой план благоустройства и модернизации городов. Этот важный документ не только определяет пределы полномочий на расходование средств, но также устанавливает стратегию для удовлетворения потребностей городской инфраструктуры. В проекте содержатся предложения, в том числе, и по привлечению предпринимательских структур к благоустройству территорий. На местах разрабатываются советующие программы, например, начала действовать муниципальная программах. Кирова «Формирование комфортной городской среды в 2018-2022 годах».

Предлагается на уровне местного управления разрабатывать и утверждать Положения о проведении ежегодных городских смотров-конкурсов на лучшее благоустройство территории, цель которых – повышение уровня благоустройства и озеленения территорий районов, улучшение организации работ и эффективности использования средств предприятий, привлечение в данную сферу финансовых средств инвесторов. В рамках конкурса можно предложить такие номинации: самый благоустроенный промышленный, деловой объект; самая благоустроенная дворовая территория; самый благоустроенный объект потребительского рынка и пр.

Одна из сфер бизнеса, заинтересованная в благоустройстве – девелопмент. Застройщик коммерческой недвижимости тратит на благоустройство примерно 5 % от бюджета проекта, а состояние территорий, которые находятся рядом с объектом, влияет на пул арендаторов, цену на аренду и имидж компании. Власть города может предложить девелоперу дополнительные территории для благоустройства,

к примеру, обустроить парк рядом с новым бизнес-центром или жилым комплексом.

Одной из мер поддержки может стать участие МСП в программах развития моногородов, которым выделяют финансовые средства для реализации нацпроектов «Жилье и городская среда», «Демография», «Здравоохранение» и «Образование» [6].

Заключение. Реализация новых нацпроектов делает возможным создание новых мер поддержки МСП посредством привлечения их к организации благоустройства территорий, проведения смотров-конкурсов, участия в проектах «Формирование комфортной городской среды», в программах развития моногородов.

Список литературы

1. Современные вопросы и перспективы развития городского хозяйства: монография. [Текст] / Кузнецова А.И., Гнездова Ю.В., Руденко Л.Г., Романченко О.В., Баранов Д.Н., под общ. ред. д.э.н., проф., А.И. Кузнецовой. Московский университет им. С.Ю. Витте. – М.: изд. ЧОУВО «МУ им.С.Ю. Витте», 2014. – 176 с.
2. Тумин В.М., Егорова Н.Н., Костромин П.А. О продвижении территории на рынке: маркетинговые, региональные, экономико-отраслевые и управленческие аспекты // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9-4 (86). – С. 1157-1161.
3. Малый и средний бизнес сможет найти себе нишу практически во всех нацпроектах // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. – URL: http://ac.gov.ru/events/022232.html (дата обращения: 15.09.2019).
4. Баранов Д.Н. Общая оценка эффективности институтов развития малых форм предпринимательства города Москвы и Московской области // Материалы IV Международной научно-практической конференции: Экономика города в период структурных преобразований: теория, методология, практика. – М.: ЧОУВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2017. – с. 14-24.
5. Баранов Д.Н. Современные тенденции развития сферы услуг в Российской Федерации / Д.Н.Баранов // Актуальные вопросы научной и научно-педагогической деятельности молодых учёных: сборник научных трудов III всероссийской заочной научно-практической конференции / Под ред. Е.А. Певцовой; редколл.: Е.А. Куренкова и др. – М.: ИИУ МГОУ, 2016. – 389 с.
6. Егорова Н.Н. Формирование современной маркетинговой стратегии управления территорией с «моноэкономикой» / Н.Н.Егорова, Н.А.Заруба, В.М.Тумин // Материалы III международной научно-практической конференции стойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика. под ред. Ю.С Руденко, Л.Г. Руденко. – 2016. – С. 276-282.

УДК 332.1

ВЛИЯНИЕ ИКТ-ЗАТРАТ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Самарина В.П., д-р экон. наук, доцент, ***Никитина К.А.***
Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал)
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», г. Старый Оскол, РФ
kseniaalexx@yandex.ru

Введение. Сегодня информационно-коммуникационные технологии являются неотъемлемым элементом деятельности не только предприятий и регионов, но и страны в целом. В Российской Федерации обозначены приоритетные направления развития информационного общества, информационно-коммуникационных технологий, цифровой экономики и государственной информационной системы промышленности. Инновации внедряются во все сферы деятельности человека и становятся неотъемлемой частью повседневной жизни. Скорость их внедрения увеличивается, что способствует уверенному переходу в цифровую эпоху.

Целью исследования является изучение отдельных вопросов, касающихся влияния информационных и коммуникационные технологий на развитие региона.

Объектом исследования является Белгородская область, которая представляет собой индустриально развитый регион.

Основная часть. Базисом устойчивого развития Российской Федерации является сбалансированное развитие всех субъектов страны [6; 9]. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации, одним из приоритетов государственной политики является стимулирование инновационного развития на региональном уровне: разработка региональных программ и стратегий инновационного развития с привлечением заинтересованных научных и образовательных организаций, предприятий и институтов развития.

Для активизации инновационной деятельности на территории субъектов Российской Федерации осуществляется создание инновационной инфраструктуры, обеспечивается поддержка инновационного предпринимательства, предпринимается ряд мер по стимулированию развития кооперации науки и бизнеса.

Развитие информационно-коммуникационных технологий и информационной техники существенно опережает возможности промышленности [4; 7]. Ученые сходятся во мнении, что в связи с этим возникает проблема перестройки всей системы промышленного производства [1; 2; 5].

Развитие ИКТ может существенно повлиять на региональное развитие [8; 10]. Динамика затрат на информационные и коммуникационные в Центральном Федеральном округе и Белгородской области технологии представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика затрат на информационные и коммуникационные технологии

Показатель	Годы				
	2013	2014	2015	2016	2017
Центральный Федеральный округ					
Затраты, млн. руб.	370878,5	412924,6	555133,2	730328,4	961165,8
Темпы прироста, % к 2013 г.		11,34	49,68	96,92	159,16
Белгородская область					
Затраты, млн. руб.	1908,4	2178,2	2514,5	3361	4208,9
Темпы прироста, % к 2013 г.		14,14	31,76	76,12	120,55

Анализируя данные представленные в таблице 1, наблюдаем рост затрат на информационно-коммуникационные технологии как в целом по Центральному федеральному округу, так и по Белгородской области. Суммарные затраты на ИКТ в Центральном федеральном округе в 2013 г. составляли 370878,5 млн. руб., а к 2017 г. выросли до 961165,8 млн. руб.

Белгородская область тоже не стоит на месте и успешно инвестирует средства в развитие информационной среды, об этом говорят темпы прироста затрат на информационно-коммуникационные технологии в регионе. Рассчитывая данный показатель в 2015 г. в сравнении с 2011 г. наблюдалась отрицательная динамика: если в 2011 г. он составлял 3053,9 млн. руб., то в 2015 г. – 2514,5 млн. руб. [3]. Сейчас ситуация изменилась и наблюдается положительная динамика: затраты на информационно-коммуникационные технологии с 1908,4 млн. руб. (2013 г.) увеличились до 4208,9 млн. руб. (2017 г.). В первую очередь это говорит об успешной реализации региональных программ и стратегий инновационного развития в регионе.

Заключение. Экономический рост по-прежнему остается важнейшим критерием регионального развития. Но определяющим для него все больше становится развитие информационно-коммуникационных технологий с целью обеспечения конкурентоспособности продукции и высокого уровня удовлетворения потребностей населения.

Белгородская область имеет необходимый потенциал для развития информационного пространства, а дальнейшее инвестирование способствует устойчивому развитию региона.

Список литературы

1. Агбалян Д.М. Принципы менеджмента в компании MCDONALD'S / Д.М. Агбалян, А.В.Самарин // Молодежь и системная модернизация страны: сборник научных статей 4-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых. – Курск, 2019. – С. 11-14.
2. Баранов С.В. Системная динамика информационно-коммуникационного пространства и социально-экономическое развитие Северо-Арктических территорий:

отображение проблемы в научных исследованиях / С.В.Баранов, В.П. Самарина // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2. – С. 331.
3. Никитина К.А. Анализ влияния ИКТ-затрат на экономику региона / К.А. Никитина // Инновационные подходы к решению социально-экономических, правовых и педагогических проблем в условиях развития современного общества: материалы III Международной научно-практической конференции, 2017. – С. 22-26.
4. Савин А.Г. Toyota Company: история успеха / А.Г. Савин, А.В. Самарин // Молодежь и системная модернизация страны: сборник научных статей 4-й Международной научной конференции студентов и молодых ученых. – Курск, 2019. – С. 9-11.
5. Самарина В.П. Особенности внедрения информационных коммуникативных технологий на российских промышленных предприятиях / В.П. Самарина // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: материалы XI международной научно-практической конференции. – 2016. – С. 208-211.
6. Самарина В.П. Проблемный регион как объект анализа и управления / В.П. Самарина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2008. – Т. 4. – № 5 (26). – С. 46-52.
7. Самарина В.П. Проблемы внедрения информационно-коммуникационных технологий в современную российскую промышленность / В.П. Самарина // Материалы XIX Отчетной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. – 2016. – С. 88-91.
8. Самарина В.П. Управление экономическими системами в условиях изменяющейся внешней среды / В.П.Самарина, Е.В.Субботина // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2016. – № 11. – С. 135-142.
9. Скуфьина, Т.П. Региональное развитие России в контексте макроэкономических движений / Т.П. Скуфьина. – Апатиты, 2016.
10. Samarina, V.P. Some problems of anti-recessionary public management in Russia at present / V.P. Samarina, T.P. Skufina, S.V. Baranov, A.V. Samarin // International Review of Management and Marketing. – 2016. – Т. 6. – № 6. – С. 38-44.

УДК 330.322, 332.1

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ

Серова Н.А., канд. экон. наук, ***Серова В.А.,***
ФИЦ «Кольский научный центр РАН», г. Апатиты, РФ
serova@iep.kolasc.net.ru

Введение. В Стратегии развития Арктической зоны РФ (АЗРФ) в качестве первоочередного национального интереса определено «использование Арктической зоны как стратегической ресурсной базы, обеспечивающей решение задач социально-экономического развития страны». Очевидно, что задачи широкомасштабного освоения арктических ресурсов неразрывно связаны с необходимостью создания единой арктической транспортной системы. Развитие новых и модернизация существующих транспортных коммуникаций, будут способствовать не

только освоению природных ресурсов, но и повышению мобильности местного населения и улучшению условий его проживания.

Целью настоящего исследования являлось изучение крупнейших инфраструктурных проектов, реализуемых или планируемых к реализации в Арктике. На основе анализа ключевых программных документов, посвященных развитию арктической транспортной системы и АЗРФ в целом, авторами систематизированы основные инвестиционные проекты по развитию транспортной инфраструктуры АЗРФ. Статья подготовлена в рамках госзадания ФИЦ КНЦ РАН №0226-2019-0027.

Основная часть. В 2018 г. был утвержден Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры (распоряжение Правительства РФ от 30.09.2018 г. №2101), включивший девять федеральных проектов, направленных на развитие транспортных коридоров Запад-Восток и Север-Юг, а также повышение уровня территориальной связанности страны. Так, в рамках реализации проекта «Северный морской путь», непосредственно относящегося к АЗРФ, до 2024 г. предусмотрено: 1) в целях обеспечения безопасности судоходства по Северному морскому пути (СМП) строительство объектов Глобальной морской системы связи при бедствии и развитие системы навигационно-гидрографического обеспечения [4, с. 27-32]; 2) в целях увеличения грузопотока по СМП: строительство терминала СПГ и стабильного газового конденсата «Утренний» в морском порту Сабетта на Ямале (общий объем финансирования проекта составляет 152,7 млрд. руб.). В 2019 г. был также утвержден план реализации нового проекта, не рассматриваемого ранее в Комплексном плане – строительство морского перегрузочного комплекса СПГ в Мурманской области (распоряжение Правительства РФ от 26.04.2019 г. № 834), включающего два плавучих хранилища газа, вспомогательный причал и необходимую береговую инфраструктуру (предварительная оценка стоимости реализации проекта – 70,1 млрд. руб.).

В целях увеличения мощностей морских портов (федеральный проект «Морские порты России») в Комплексном плане предусмотрены мероприятия по обновлению ледокольного флота. Так, уже спущены на воду самые мощные в мире атомные ледоколы «Арктика», «Сибирь» и «Урал», которые смогут работать в восточном секторе Арктики, где ледовые условия более тяжелые, чем в западном [2, с. 68-73]. Также планом предусматривается развитие портовой инфраструктуры России, в том числе в Арктическом бассейне (до 2024 г. планируется увеличить мощности морских портов бассейна на 64,7 млн. тонн). Особое значение в решении этой задачи отводится комплексному развитию Мурманского транспортного узла (МТУ), включающего создание на базе порта Мурманск глубоководного морского хаба, интегрированного в международные транспортные коридоры Запад-Восток и Север-Юг, что

позволит максимально реализовать транзитные возможности России, расширив доступ к новым мировым рынкам сбыта (инвестиции в проект составляют 139021,7 млн. руб., в т.ч. 59598,6 млн. руб. за счет средств федерального бюджета). Реализация проекта началась в 2014 г., а на сегодняшний день уже завершены реконструкция участка федеральной трассы Р-21 «Кола» и морского пассажирского вокзала, ведется строительство энергетической и железнодорожной инфраструктуры [3]. Помимо развития МТУ за счёт внебюджетных источников планируется строительство угольного терминала «Чайка» в порту Диксон (объём инвестиций – 18,6 млрд. руб.) и нефтяного терминала «Таналау» в порту Дудинка (объём инвестиций – 9 млрд. руб.).

Комплексным планом предусмотрено также два крупных проекта развития железнодорожных подходов к морским портам Арктического бассейна (федеральный проект «Железнодорожный транспорт и транзит»). Первый – развитие железнодорожных подходов к Мурманскому порту (объём инвестиций – 63 млрд. руб.); второй – проект «Северный широтный ход» (СШХ), включающий строительство ж/д линии Обская – Салехард – Надым (совокупный объем инвестиций оценивается в 236 млрд. рублей»), что позволит объединить железнодорожные транспортные системы европейской части России, Урала и Западной Сибири. В перспективе планируется строительство подъездной железной дороги от западного участка СШХ к порту Сабетта (ж/д линия Бованенково – Саббета) и продолжение СШХ на восток к арктическим территориям Красноярского края (ж/д линия Коротчаево – Дудинка) [1, с. 6-20].

В рамках федерального проекта «Развитие региональных аэропортов и маршрутов» Комплексного плана в АЗРФ до 2024 г. будет реконструировано 15 аэродромов. Наибольшие объемы реконструкции запланированы на 2019 г.: в аэропортах Амдерма (Ненецкий АО), Певек, Марково, Лаврентия и Провидения (Чукотский АО) реконструируют взлетно-посадочные полосы; в аэропорту Соловки (Архангельска область) будут построены новый пассажирский терминал, склад для стоянки самолетов и техники, а также контрольно-пропускной пункт; в аэропорту Норильск заменят покрытия перрона и возведут ограждения; в аэропорту Мурманск начнется строительство нового терминала. В 2020 г. в аэропорту Нарьян-Мар (Ненецкий АО) построят грузовое здание аэровокзального комплекса, отремонтируют места стоянок воздушных судов и построят ограждение, а в аэропорту Архангельск будет обновлена взлетно-посадочная полоса. В 2021 г. в двух аэропортах Республики Саха (Якутия) – Депутатский и Черский, реконструируют взлетно-посадочные полосы и перроны, заменят светосигнальное оборудование. В 2022 г. приступят к реконструкции трех аэродромов на Чукотке: в аэропорту Беринговский планируется строительство нового здания аэровокзала, совмещенного с командно-диспетчерским пунктом, а также отапливаемый гараж для

спецтранспорта; в аэропортах Залив Креста и Капервеем будут отремонтированы взлетно-посадочные полосы.

Заключение. Подводя итоги, отметим, что рассмотренные инфраструктурные проекты будут способствовать формированию единой арктической транспортной системы, однако в силу масштабности и высокой капиталоемкости этих проектов, важную роль в формировании единой транспортной системы АЗРФ призвано стать развитие механизмов государственно-частного партнерства.

Список литературы

1. Грузинов В.М. Арктические транспортные магистрали на суше, акваториях и в воздушном пространстве / В. М. Грузинов, Ю. В. Зворыкина, Г. В. Иванов, Ю.Ф. Сычев, О.В. Тарасова, Б.Н. Филин // Арктика: экология и экономика. – 2019. – № 1 (33). – С. 6-20. Doi: 10.25283/2223-4594-2019-1-6-20.
2. Загородников М.А. Развитие транспортной инфраструктуры Северного морского пути (СМП) / М.А. Загородников // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера. – 2017. – № 2. – С. 68-73.
3. Серова Н.А. Транспортная инфраструктура российской Арктики: современное состояние и перспективы развития / Н. А. Серова, В. А. Серова // Конкурентоспособность в глобальном мире. – 2017. – № 12 (59). – С. 1269-1272.
4. Чижков Ю.В. Северный морской путь в структуре арктической транспортной системы / Ю.В. Чижков // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. – 2017. – № 1 (68). – С. 27-32.

УДК 332.1

УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Скоморощенко А.А., канд. экон. наук, доцент
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», г. Краснодар, РФ
skomoranna@yandex.ru

Введение. В современных условиях одной из стратегических задач региона выступает обеспечение национальных интересов в сфере экономики и, прежде всего, в ее реальном секторе. Динамизм экономических процессов, обострение конкурентных отношений, нестабильность экономических институтов, финансовое напряжение и сложность реформационных преобразований постоянно воспроизводят кризисные ситуации, чреватые угрозами экономической безопасности региона, особенно в ее реальном секторе. Это обусловливает необходимость анализа негативных тенденций, препятствующих нормальному функционированию реального сектора экономики, его устойчивому развитию, а

также принятия эффективных мер по снижению уровня угроз безопасности отечественного производства [2].

Действующая система управления региональным развитием характеризуется постоянным поиском, разработкой и совершенствованием инструментов и методов воздействия на реальный сектор экономики, которые предполагают обеспечение экономической безопасности региона. Следовательно, возникает необходимость в разработке мер по обеспечению экономической безопасности Краснодарского края на основе оценки угроз возникающих в реальном секторе экономики.

Основная часть. Оценка социально-экономического развития экономики, Краснодарского края в условиях обеспечения экономической безопасности показала, отрицательным фактором в управлении человеческими ресурсами наличие естественной убыли населения в 2017 г. Несмотря на рост денежных доходов населения, отмечается рост дефицита денежного дохода. Увеличивается численность населения с доходами ниже величины прожиточного минимума [3].

Оценка функционирования реального сектора экономики показала, что отмечается снижение числа предприятий и организаций в 2017 г. по сравнению с прошлым годом. Но положительным фактором является рост объемов производства продукции и оказания услуг населению. Сальдированный финансовый результат деятельности организаций Краснодарского края показывает, что предприятия строительной отрасли и ресторанно-гостиничного бизнеса имеют отрицательное сальдо, что говорит о наличии убыточных предприятий.

Важную роль в формировании доходов бюджета и занятости населения Краснодарского края играют крупные компании реального сектора экономики, среди которых следует выделить лидеров ПАО «Магнит», ООО «Нефтегазиндустрия», АО «КТК-Р». Эти компании введут бизнес в определенной среде, которая представляет как возможности для ведения бизнеса, так экономические угрозы.

Показатели устойчивости развития экономики Краснодарского края показывают, что темпы прироста ВРП соответствовали нормативному значению за последние пять лет только в 2013 г. (13,9 %) и 2015 г. (8,3 %). В 2017 г. темп прироста ВРП составил 7,2% что ниже нормативной величины на 0, 8% [3]. В отчетном году индекс промышленного производства равен 104,3 % и показывает существенное отклонение от порогового значения равного 136 %, что также негативно влияет на темп роста ВРП [3]. Оценивая показатели экономической устойчивости, следует отметить динамику роста не только ВРП, а также рост бюджетной обеспеченности населения региона, рост числа организаций, осуществляющих инновации. Остальные рассматриваемые показатели, такие как индекс физического объема инвестиций в основные фонды, затраты на технологические инновации, объем инновационных товаров,

работ, услуг имеют неустойчивую динамику. Снижается объем выпуска товаров и услуг малыми предприятиями, в процентах по отношению к ВРП

С целью оценки экономической безопасности региона определяются показатели характеризующие развитие реального сектора экономики, которые имеют пороговые критериальные значения. Угрозой развитию реального сектора экономики является снижение доли инвестиций по отношению к ВРП, Расходы на НИОКР также не соответствуют пороговому значению, условный коэффициент депопуляции превысил 1. Эти угрозы создают напряженность в экономике региона и сдерживают устойчивое развитие реального сектора экономики. Угрозой экономической безопасности является высокая доля импорта продуктов питания в структуре общей сумме импорта. На протяжении пяти лет этот показатель гораздо выше порового значения, а в 2017 г. его значение на 22,9 % выше норматива. Это свидетельствует о довольно высокой степени зависимости края от импорта продуктов питания.

Ранжирование показателей безопасности показывает, что с 2013 по 2017 гг. наибольшей степенью устойчивости характеризуется 2016 г. А самые худшие показатели экономической безопасности региона отмечаются в 2013 и 2014 гг. [3].

Реальный сектор экономики развивается в условиях внешних и внутренних угроз. По данным краевого министерства труда и социального развития в Краснодарском крае на конец 2017 г. в неформальном секторе было занято 581 тыс. человек. По сведениям ведомства, чаще всего неоформленные работники выявляются в организациях малого бизнеса, у индивидуальных предпринимателей, занимающихся розничной торговлей, общественным питанием, оказывающих транспортные и бытовые услуги. Кроме того, к серым схемам отплаты труда прибегают в крестьянско-фермерских хозяйствах, а также в частном гостиничном секторе. Оценивая экономическую преступность, следует сказать, что в 2016 г. отмечен наибольший рост числа экономических преступлений, из них не раскрыто 1042 предтупления.

На основе выявленных угроз для экономической безопасности региона и реального сектора экономики определены меры обеспечения экономической безопасности для Краснодарского края, которые делятся на информационно-аналитические (мониторинг угроз и уязвимости экономической безопасности), регулятивного воздействия (принятие нормативно-правовой базы обеспечивающей снижение и устранение экономической безопасности) и прямого воздействия (разработка и реализация целевых программ обеспечивающих экономическую безопасность государства и региона) [1].

Заключение. С целью снижения угроз экономической безопасности предлагается переход экономики региона на интенсивный тип экономического роста, который связан с ростом эффективности

производства. Он предполагает увеличение выпуска продукции на единицу используемых ресурсов, увеличение качественных характеристик производства. Переход на интенсивный тип экономического роста меняет роль темпов экономического роста как показателя, отражающего динамизм хозяйственных процессов. В условиях интенсивного типа развития реального сектора экономики, экономика Краснодарского края станет динамичной, при этом не только увеличатся темпы роста, но и произойдут прогрессивные структурные изменения. В объеме валового производства, в росте промышленного производства, снижении числа занятых в неформальной экономике, повысится инновационная активность в реальном секторе экономики, его устойчивое развитие обеспечит профицит бюджета.

Список литературы

1. Скоморощенко, А.А. Угрозы экономической безопасности Краснодарского края и пути их преодоления / А.А.Скоморощенко, А.О.Смелик // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 5 (94). – С. 431-435.
2. Фалина, Н.В. Совершенствование механизма активизации инвестиционной деятельности агропромышленных компаний региона / Н.В. Фалина // Вестник Академии знаний. – 2018. – №5(28). – С. 333-340.
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru.

УДК 338.432

РАЗВИТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

Судакова Г.Ю.[1], Минат В.Н.[2], канд. геогр. наук, доцент
[1]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, Россия
[2]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет, имени П.А. Костычева», г. Рязань, Россия
minat.valera@yandex.ru

Введение. Развитие предпринимательства в аграрном секторе является одним из ключевых факторов стабилизации, оживления и постепенного подъема экономики России. Предпринимательство в сельском хозяйстве, способствует формированию рациональной структуры экономики и конкурентной среды, среднего класса населения, смягчению безработицы, увеличению доходной части бюджетов всех уровней, повышая тем самым политическую, экономическую и социальную стабильность в обществе. Современный этап становления рыночных

отношений в России характеризуется ее стремлением интегрироваться в мировую экономическую систему, что неизбежно связывается с развитием механизмов конкуренции.

Основная часть. Для национальной экономики страны формирование конкурентных отношений усиливается на уровне регионов и предпринимательских структур, и это в последнее время становится одной из приоритетных задач экономики государства. При этом стало очевидным, что для разных типов предпринимательских структур требуются свои методические приемы поддержки и развития конкурентоспособности, учитывающие их особенности. Только формирование конкурентоспособности региональной экономики может обеспечить устойчивый экономический рост всей национальной экономики в условиях ужесточения конкуренции на мировых рынках [3].

Аграрный сектор – важнейшая составная часть экономики страны, приоритет которой определяется незаменимостью и особой ролью продовольствия в финансовой системе государства, функциональным значением сельского хозяйства, – одной из жизненно важных, системообразующих отраслей [1]. Механизм развития предпринимательской деятельности в аграрном секторе представлен на рисунке 1.

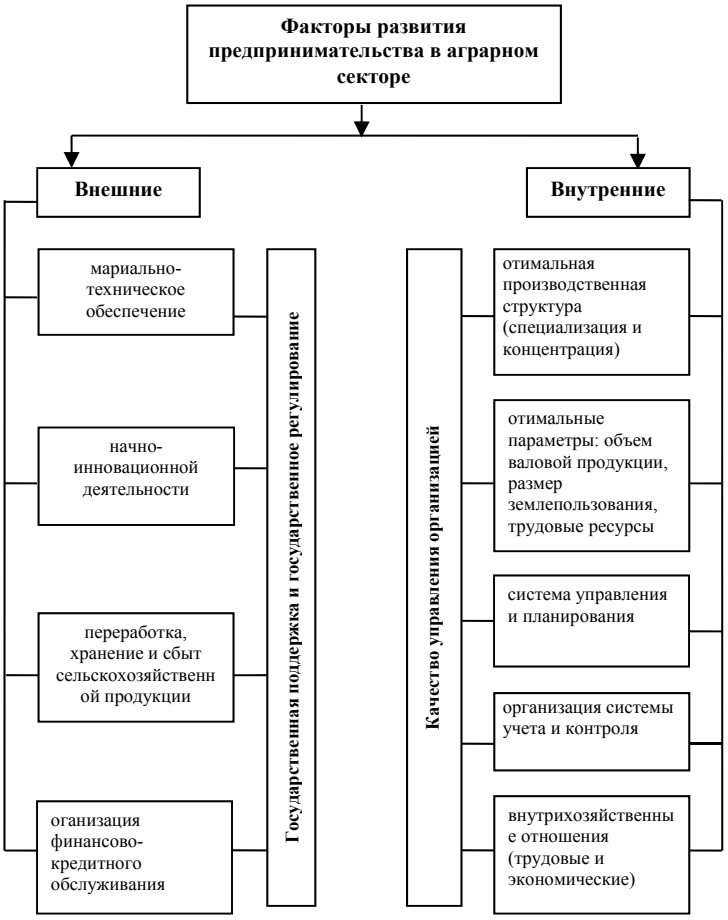


Рис. 1. Механизм развития предпринимательской деятельности в аграрном секторе

Важнейшими ориентирами в определении государственной политики в отношении предпринимательства и сельского хозяйства является оценка роли и распространение «естественной монополии» и определение «базовых отраслей». Иногда специфичность предпринимательской деятельности в аграрном секторе России связывается с понятием *риска.* Принятие на себя риска в условиях неопределённости может представляться главным и определяющим признаком в предпринимательстве. Принимая решения, связанные с нововведениями, предприниматель идёт как бы на дополнительный риск по сравнению с остальными участниками рынка [4].

И это, по-видимому, трудно оспорить.

Однако если иметь в виду, что предприниматель, как подчёркивает П. Друкер, постоянно осуществляет поиск изменений, «конструктивно созревающих в обществе», если эта деятельность непрерывна, если она в значительной степени является слежением, мониторингом и диагностированием спонтанных изменений в аграрном секторе, его риск существенно снижается. И видимо, трудно не согласиться с парадоксальным лишь на первый взгляд заявлением Друкера, что деятельность предпринимателя «не наиболее, а наименее рискованная». И хотя предпринимательский риск специфичен, он оказывается не главным для предпринимателя, а его специфика является производной от его функции новаторства [2].

Необходимым условием предпринимательства в аграрном секторе как устойчивого и типичного поведения является экономическая свобода, дающая широкие возможности действовать по собственной инициативе, неся «полную» ответственность за неудачу и успех задуманного предприятия. Общеизвестно, что предпосылкой такой свободы является наличие и защита права частной собственности. Однако дело не только в частной собственности.

Заключение. В настоящее время, несмотря на отдельные признаки стабилизации, в целом аграрный сектор России и его союзы находятся в состоянии глубокого системного кризиса, обусловленного накопленными проблемами их функционирования в дореформенный период: наличием структурных диспропорций между различными сферами и отраслями агропромышленного производства, нарушением координационных связей между хозяйствующими субъектами, высокой степенью физического и морального износа основных фондов, нерациональной специализацией сельскохозяйственного производства (территориальной, продуктовой и технологической), недостаточным использованием в производстве достижений аграрной науки и др. Указанные проблемы обусловили объективную необходимость реформирования аграрного сектора и аграрных союзов в целях повышения эффективности их функционирования.

Список литературы

1. Бакуменко Л.С. Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур в аграрном секторе / Л.С. Бакуменко // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 12-15.
2. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н. Минат; Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
3. Поляков М.В. Основные направления и источники привлечения инвестиций в аграрный сектор / М.В. Поляков, В.Н. Минат. // в сб.: Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: Материалы Международной научно-практ. конференции. – 2008. – С. 136-137.
4. Романова Л.В. Актуальные проблемы маркетинга и управления сбытовой деятельностью в агробизнесе / Л.В. Романова, В.Н. Минат // в сб.: Роль аграрной науки в устойчивом развитии сельских территорий: Сборник III Всероссийской (национальной) научной конференции. – 2018. – С. 1145-1150.

УДК 339.9

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ЮФО С АРАБСКИМИ СТРАНАМИ И СТРАНАМИ ЕАЭС [1]

Тарасова М.В.[1], канд. социол. наук, ***Тарасов С.А.***[2]
[1]Федеральный исследовательский центр
Южный научный центр Российской академии наук (ЮНЦ РАН),
г. Ростов-на-Дону, Россия
tarasova_marina_01@mail.ru
[2]ОО «Институт исследования экономики и геополитики»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
tarasov_s@icloud.com

Введение. В настоящее время основным трендом в мировой экономике является частная деглобализация и регионализация международных экономических отношений. Это обусловило активизацию и развитие процесса формирования новых геополитических и геоэкономических мировых центров, которые все активнее включают в свою орбиту, как работающие региональные межстрановые политико-экономические союзы (ЕАЭС, ШОС, БРИКС и т.д.), так и вновь создаваемые региональные международные политические и экономические союзы (PROSUR). Прогнозные сценарии развития мировой экономики, составленные в ИНП РАН на период до 2030 г. [1], свидетельствуют, что для РФ относительно более выгодным является

[1] Работа выполнена в рамках ГЗ ЮНЦ РАН на 2019г. (№ гос. рег. проекта АААА – А19-119011190170-5).

сценарий регионализации, предусматривающий переориентацию российского экспорта на рынки развивающихся стран. Вхождение в состав РФ Крыма стали поводом для ведения западными странами экономических санкций, что привело к ответным мерам – продовольственному эмбарго. В результате экспорт российских товаров стал «проседать» и только в 2018 г. объем экспорта достиг значений 2013 г., при этом несырьевой неэнергетический экспорт (ННЭ) в структуре российского экспорта составил 52%. Более 37% стоимости объема товаров ННЭ составил экспорт зерна. Основными торговыми партнерами России в секторе ННЭ являются страны ЕАЭС Казахстан и Белоруссия 6,3% российского экспорта и стран Ближнего и Среднего Востока, в которых быстрыми темпами росли поставки российского зерна и мясной продукции. Основными потребителями российского зерна являются также арабские страны как Египет, Йемен, Судан, ОАЭ и Ливан, на которые приходится 41% российского зернового экспорта.

Основная часть. Сельскохозяйственный потенциал ЮФО, сложившиеся направления торгово-экономического международного сотрудничества, задачи развития экспортно-импортного потенциала Юга России и послужили основой выбора темы настоящего исследования. Коллективом авторов [2] было проведено исследование, включающее оценку современного состояния внешней торговли южнороссийских регионов со странами, участвующими в процессах регионализации международных экономических отношений, и прогноз развития внешнеэкономической деятельности субъектов ЮФО с Арабскими странами. Создание ЕАЭС стало новым фактором развития стран его участниц. Объективная оценка создания ЕАЭС не возможна без проведения анализа произошедших изменений, в том числе и на региональном уровне. Для достижения данной задачи, в качестве объекта изучения была выбрана Ростовская область. Обоснование выбора применительно к аграрному сектору экономики заключается в следующем: во-первых, РО занимает одно из лидирующих показателей по темпам роста производимой продукции растениеводства (первое место в динамике производства зерна в РФ) и ее экспорту; во-вторых, регион занимает одно из центральных мест на карте действующих торговых маршрутов стран ЕАЭС, что обосновывает, с точки зрения логистики, наибольшую подверженность изменениям условий международных отношений. Анализ данных показал, что за период 2015-2017 гг. произошли изменения во взаимной торговле между странами участницами ЕАЭС и РО: продовольственный экспорт в стоимостном объеме вырос на 46,1 %, а в физическом объеме на 21,1 %, статистика внешней торговли РО показала снижение доли участия стран ЕАЭС в формировании продовольственного импорта. В стоимостном объеме доля участия увеличилась на 19 %, а в физическом объеме уменьшилась на 29,2 %. Основную долю

продовольственного импорта РО занимает Республика Беларусь 65,8 % от общего объема импорта стран ЕАЭС. В рамках исследования был проведен также всесторонний анализ торгово-экономического сотрудничества РО с арабскими странами. Внешнеторговый оборот за 9 месяцев 2018 г. составил 1 млрд. 642 млн. 401 тыс. долл. США, в том числе экспорт – 1 млрд. 639 млн. 31 тыс. долл. США, импорт – 3 млн. 370 тыс. долл. США. По сравнению с 2016 г. внешнеторговый оборот увеличился на 55,2 %. Положительное сальдо внешнеторгового баланса составило 1 млрд. 635 млн. 661 тыс. долл. США. Доля арабских стран во внешнеторговом обороте РО за 9 месяцев 2018 г. составила 18,2 %, экспорт товаров увеличился на 55,4 % по сравнению с 2016 г., а импорт – на 6,1 %. Что касается сравнительного анализа внешнеэкономической деятельности субъектов ЮФО с арабскими странами в целом, то на 2018 г. более половины (57 %) приходится на Ростовскую область, второй показатель (40 %) у Краснодарского края, третий (3 %) у Волгоградской области, остальные субъекты в сумме в сравнительной метрике показывают значения близкие к нулю. При этом, даже для лидера внешнеэкономической деятельности в течение 2017-2018 гг. наблюдается затухание темпов роста показателей. У остальных субъектов отсутствует выраженная тенденция роста, за исключением Краснодарского края. Имеются внешнеэкономические связи, носящие эпизодический характер, а достаточно крупные контракты резко снижают объем поставок или отсутствует их продолжение.

Заключение. Таким образом, по данным 2016-2018 гг., субъектам ЮФО не удалось выйти на траекторию устойчивого развития внешнеэкономической деятельности с арабскими странами. В связи с чем, в рамках исследования проведен анализ возможных точек роста внешнеэкономической деятельности субъектов ЮФО, расширяющих перспективы привлечения новых партнеров и инвесторов. Рассмотрен механизм, обеспечивающий дальнейшее развитие внешнеэкономической деятельности, когда исходя из предложенной к реализации одним из субъектов ЮФО точки роста формируется совокупность проектов в других субъектах ЮФО, которые используя синергетический эффект от взаимодействия получают возможность решительного продвижения вперёд, реализации общей нацеленности на прорыв. ЮФО обладает мощным экономическим потенциалом. Точки роста каждого субъекта могут и должны обеспечить опережающее развитие тех секторов экономики ЮФО, которые определяют его специализацию в системе внешнеэкономической деятельности РФ и позволяют в максимальной степени реализовать национальные конкурентные преимущества. Выделим три основополагающие точки роста для регионов ЮФО: 1. зерновой экспорт. Необходимо систематически с опором на данную точку развивать пропульсивные производства и расширять как участие субъектов ЮФО, так привлечение новых партнеров из числа арабских стран; 2. перспективное

взаимодействие в области науки и высоких технологий, космоса, создание технопарков, промышленных зон, центров трансфера технологий. Арабские государства ведут проекты по развитию атомной, солнечной и ветроэнергетик, созданию накопителей энергии. Аналогичный перспективный в РФ проект – в Ростовской области, в процессе реализации которого предполагается создание Ветроэнергетического кластера, включающего в качестве базового проекта точки роста производство на основе современных технологических решений ветроэнергетических установок, но параллельно запускаются проекты формирования сети пилотных установок и сервисных центров обслуживания сети;3. создание инновационного территориального кластера морского приборостроения «Морские системы». Такое направление сотрудничества на территории ЮФО полностью созвучно с решением задачи создания в РФ промышленного производства современной научной и рыбопоисковой гидроакустической аппаратуры для российского научного и рыболовного флота, замещение импорта аналогичной зарубежной аппаратуры, а также экспорт российской продукции, в том числе, в арабские страны.

Список литературы

1. Глобальные тенденции изменения структуры производства и расходов в мире и России // Проблемы прогнозирования. – 2018. – № 6. – С.38-50.
2. Внешняя торговля регионов Южного федерального округа: тенденции, потенциал / П.В. Пронин, А.Л. Малюга, М.В. Тарасова и др. – Ростов-на-Дону, Изд-во ООО «Мини-Тайп», 2019. – 79 с.

УДК:339.13:379.85:659:91

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРАГЕНТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Тимошенко Д.С., канд. экон. наук, ***Воищева Г.С.***
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», г. Воронеж, РФ
artemideus@gmail.com

Введение. Среди множества факторов, определяющих динамику и тенденции развития туризма на сегодняшний день, являются процессы глобализации, интеграции и модернизации. В настоящее время туризм – это глобальное коммерческое направление, при этом туризм в равной степени зависит как от технического прогресса и последних научных достижений, так и от социокультурных факторов и межкультурного взаимодействия.

Современный турпродукт меняет свою форму, становится более гибким и доступным, подстраиваясь под запросы потребителя.

Одновременно с этими процессами меняютсяи формы продвижения туристских продуктов и услуг, в том числе через турагентские предприятия.

В последнее время ведутся споры о роли турагентств и перспективах дальнейшего развития их функционала на мировом, региональных и локальных туристских рынках. Активная цифровизация туристского бизнеса и внедрение туризма в систему электронной коммерции, рост компьютерной грамотности среди населения и увеличениечисла самостоятельных бронирований составили серьезную конкуренцию турагентскому бизнесу. Несмотря на то, что туристское агентство является ключевым звеном в продвижении туристских услуг и реализации туристского продукта, основным инструментом маркетинговой коммуникации и посредником между дестинациями, туроператорами и потенциальными туристами, оно начинает трансформироваться и искать новые каналы продвижения в целях повышения конкурентоспособности на рынке туристских услуг.

Основное содержание. Распоряжением от 20 сентября 2019 года №2129-р Правительством Российской Федерации была принятаСтратегия развития туризма в России до 2035 года, направленная на развитие внутреннего и въездного туризма. Среди прочего Стратегия затрагивает вопросы повышения качества реализации турпродукта через турагентства, повышения ответственности турагентов за нарушение законодательства Российской Федерации о туристской деятельности, обеспечения применения риск-ориентированного подходак организации государственного контроля (надзора) турагентами, обеспечения прозрачности и безопасности приобретения туристскогопродукта за счет регулирования взаимодействия турагентств и туроператоров, зон их ответственности перед туристами [8].

Туристские агентства как самые многочисленные представители туристского бизнеса среди всего прочего сталкиваются с рядом проблем продвижения, среди которых отсутствие актуализированной информации об основных туристских ресурсах российских регионов или их необъективной оценке; нехватка узкопрофильных кадров сферы туризма или низкая квалификация кадрового ресурса, что не позволяет выстаивать маркетинговую политику и точно определять сегменты и ниши своего целевого рынка для эффективного продвижения; низкий уровень комиссионного вознаграждения при реализации внутреннего турпродукта, что вынуждает агентство в своей маркетинговой политике ориентироваться на зарубежный турпродукт, обеспечивающий стабильный доход, но не стимулировать спрос среди населения на услуги внутреннего туристского рынка.

В настоящее время туристские агенты испытывают затруднения при среднесрочном и долгосрочном планировании динамики продаж. В

условиях высоких экономических рисков турагентства придерживаются стратегии перспектив текущего сезона,что вызвано нестабильным курсом рубля и бивалютной корзины, периодическими банкротствами крупнейших туроператоров страны, а также множеством других факторов, не зависящих от непосредственной деятельности турагентств, но прямо и/или косвенно влияющих на их «жизнеспособность» на туристском рынке. Также существенным фактором, сдерживающим активное продвижение, является недостаточно проработанный юридический аспект защиты туристских агентств от недобросовестных партнеров и покупателей [1].

Вывод. В этой связи разработка конструктивных предложений по совершенствованию методологического аппарата продвижения и брендинга туристских агентств является особо актуальной. В условиях ограниченного маркетингового бюджета и расходов на рекламу основнаязадача туристских агентств – поиск форм и технологий продвижения с низкой себестоимостью и одновременно высокой отдачей.

Повышение эффективности и оперативности распространения коммуникативного сообщения через маркетинг в социальных сетях может быть достигнуто через разработку собственной системы хэштегов, геотегов, маркетинговых сообщений, кодовых слов и т.д.

Несмотря на то, что прямые продажи сегодня можно отнести к классическим приемам продвижения услуг туристского агентства, в настоящее время в условиях российских реалий они наравне с независимыми технологиями SocialMediaMarketing в туризме являются наиболее эффективными инструментами продвижения [1].

Список литературы

1. Тимошенко Д.С. К вопросу продвижения турагентских услуг в современных условиях регионального развития [Текст] / О.И. Мартынова, Д.С. Тимошенко // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России,– М:, ФГБОУ ВО Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодёжи и туризма (ГЦОЛИФК), – 2019. – Материалы Всероссийской студенческой научной конференции 13-14 марта 2019 г.–С. 589-593.
2. Тимошенко Д.С. Особенности продвижения услуг туристского региона с помощью мобильных интернет технологий [Текст] / Н.С. Морозова, Д.С. Тимошенко // «Вестник РГТЭУ», – № 7-8, 2013. –С. 98-103.
3. Тимошенко, Д.С. Роль брендинга туристских дестинаций в Российской Федерации [Текст] / Д.С. Тимошенко // Экономические и гуманитарные науки. – 2010. – № 12 (227) 2010. ОрелГТУ. –С.132-136.
4. Тимошенко Диана Сергеевна. Формирование технологии продвижения туристских услуг на региональном уровне: диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Тимошенко Диана Сергеевна; [Место защиты: Гос. ун-т упр.].- Москва, 2013.- 210 с.: ил. РГБ ОД, 61 13-8/1756.
5. Тимошенко Д.С. Дистанционное обучение: особенности подготовки профессионально ориентированных кадров сферы туризма Российской Федерации в

период мирового финансово-экономического кризиса [Текст] / Д.С. Тимошенко // Сборник научных трудов XI международной научно-практической конференции «Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы». – М. – 2009. – С. 325-337.
6. Тимошенко Д.С. Проблемы развития туристического рынка Российской Федерации и подготовки профессионально ориентированных кадров сферы туризма в период мирового финансово-экономического кризиса [Текст] / Д.С. Тимошенко // Цивилизация знаний: глобальный кризис и инновационный выбор России, – 2009. – Труды десятой международной конференции 24-25 апреля 2009 г. Часть 1. – М:,РосНОУ. – С.489-493.
7. Тимошенко, Д.С. Процессы слияния и поглощения на туристском рынке Российской Федерации [Текст] / Д.С. Тимошенко // Вестник Российского Нового Университета, – 2010. – Экономика, Выпуск 2. – М. :РосНОУ. – С.180-183.
8. Сайт ПравительстваРоссийской Федерации [Электронныйресурс] Стратегия развития туризма в России до 2035 года / Режим доступа: URL:http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf(дата обращения – 20.09.2019).

УДК 338.432

ЦЕНА И ЗНАЧЕНИЕ ОБОРОТА ЗЕМЛИ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА

***Федоскина И.В.*[1],** канд. экон. наук, доцент,
***Минат В.Н.*[1]**, канд. геогр. наук, доцент, ***Судакова Г.Ю.*[2]**
[1]ФГБОУ ВО «Рязанский государственный агротехнологический университет имени П.А. Костычева», г. Рязань, РФ
[2]Рязанский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», г. Рязань, РФ
minat.valera@yandex.ru

Введение. Земельные отношения, как составляющая экономических отношений регионального хозяйственного комплекса, включают в свою основу формы собственности на землю, которые выступают как отношения владения, распоряжения, использования и присвоения земли. На основе той или иной формы собственности земля служит фактором производства, а для сектора сельскохозяйственного производства – основным.

Основная часть. Хорошо известно, что не всякая арендная плата представляет собой земельную ренту. Различие между ними наглядно выступает при сдаче в аренду земли вместе с ранее приложенными к ней капиталом. Если землевладелец сдает предпринимателю в аренду только землю, на которой нет никаких сооружений, то в этом случае арендная плата совпадает с земельной рентой. В данном случае она может включать дифференциальную ренту I, дифференциальную ренту II, абсолютную ренту и монопольную ренту.

Иначе обстоит дело, если землевладелец сдает в аренду землю с хозяйственными постройками, с ирригационными сооружениями, с объектами производственной и социальной инфраструктуры. Тогда землевладелец предоставляет арендатору во временное пользование не только землю как таковую, но и тот капитал, который был в нее вложен. В этом случае в арендную плату входят: рента, т.е. плата за пользование землей как таковой; ссудный процент за временное пользование приложенными к этой земле капиталами [1].

Таким образом, рента равна арендной плате, когда арендатор получает в пользование от землевладельца только землю. Когда же он получает землю вместе с ранее приложенным к ней капиталом, рента образует лишь часть арендной платы.

Величина арендной платы зависит от срока аренды. Краткосрочная аренда выгодна собственникам земли при благоприятных рыночных условиях, что позволяет пересматривать в свою пользу условия аренды и повышать арендную плату. В свою очередь, арендаторы при краткосрочной аренде вынуждены сдерживать долгосрочные капитальные вложения, что тормозить интенсификацию производства [2].

Использование земельной ренты в качестве источника государственного дохода вместо налогообложения труда и капитала справедливо и естественно, так как при этом поощряется личная инициатива; предупреждается спекуляция землей, изъятие ее из продуктового использования и рост социального неравенства, деформация экономики.

Следующая составная часть земельных отношений – отношения купли-продажи земли. Их отличает бессрочная реализация собственности на землю. При этом возникает, казалось бы, трудноразрешимая проблема эквивалентности в обмене земли – на реальную стоимость, воплощенную, скажем, в деньгах. Известно, что К. Маркс нашел решение данной проблемы, определив цену земли в качестве иррациональной формы стоимости, уровень которой устанавливается исходя из величины издержек воспроизводства ее потребительной стоимости [1].

На наш взгляд, можно предположить, что цена земли как форма продажи собственности на землю сформировалась много позднее, чем ее оценка в качестве объекта ипотечных и арендных отношений, поскольку продаже собственности на основное средство производства (землю) ее собственник должен был предпочесть продажу легко воспроизводимых ресурсов. Так что и исторически, и логически цена земли есть такое экономическое отношение, развитие которого предполагает уже достаточно зрелые арендные и кредитные отношения, вплоть до преобразования традиционной ставки ипотечного процента – в подвижный процент по вкладам.

Если цена земли – это форма устойчивого возмещения ее потребительной стоимости, то нам придется вновь, как и при анализе

арендной платы, вернуться к вопросу о социальной специфичности потребительной стоимости земли в современных условиях. В чем состоит эта потребительная стоимость (полезность) для земельного собственника? – в возможности регулярного получения ренты без каких-либо затрат труда и капитала. Следовательно, в этом случае, продавая землю, собственник стремится выручить сумму, обеспечивающую ему устойчивое получение каким-либо способом все той же величины ежегодной земельной ренты.

Развитая рыночная экономика знает несколько способов устойчивого возмещения потребительной стоимости земли. Наиболее распространенной является – капитализация земельной ренты.

Практический опыт свидетельствует, что равнокачественные земли продаются по далеко не равным ценам, если размер реализуемого участка неодинаков, особенно если мелкий участок приобретается из нужды, а более крупный – для предпринимательской деятельности. Для разных субъектов, в зависимости от их социального положения, земля по-разному проявляет свою потребительную стоимость. С точки зрения капиталиста – земельного собственника, лучше та земля, которая дает сверхприбыль, и поэтому он навязывает рынку такую цену за свою землю, которая действительно есть капитализированная рента, т.е. рента, превращенная в ссудный капитал [3]. Для фермера-арендатора земля полезна тем, что способна приносить прибыль на вложенный капитал. И лучшим считается тот участок, который позволяет рассчитывать на большую прибыль.

Сформулируем некоторые закономерности цены земли:

1. Цена земли тем выше, чем больше земельная рента и дотации землепользователям. Чем меньше земля обременена налоговыми и долговыми изъятиями.

2. Цена земли тем меньше, чем выше ставка процента по вкладам и чем ниже инфляция. Необходимо иметь в виду, что эти закономерности характеризуют динамику цены земли только на уровне интересов земельных собственников.

Как объект купли-продажи земельные участки имеют определенную цену, которая зависит от величины спроса и предложения, степени насыщения рынка.

Заключение. В результате, мы выделяем следующие факторы, определяющие цену земли, основываясь на положении, что покупка земли есть по существу покупка права на получение земельной ренты. Первый фактор определяющий цену земли – это величина ренты, которую приносит земельный участок. Вторым фактором является норма ссудного процента.

Таким образом, несмотря на важность рыночных отношений в изменении и развитии земельных отношений, их объективной основой остаются отношения собственности на землю, характер которых, безусловно, выступает главенствующим детерминантом развития экономических отношений в региональном хозяйственном комплексе.

Список литературы

1. Грициенко Г.В. К вопросу о детерминирующем значении оборота земли в экономических отношениях регионального хозяйственного комплекса / Г.В. Грищенко // в сб.: Сборник научных трудов кафедры экономической теории и истории. Вып. 1 / отв. ред. С.Ю. Костылева. – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2010. – С. 49-53.
2. Минат В.Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / В.Н. Минат. – Московская академия экономики и права. – М.: Экзамен, 2006. – 189 с.
3. Поляков М.В. Основные направления и источники привлечения инвестиций в аграрный сектор / М.В. Поляков, В.Н. Минат. // в сб.: Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: Материалы Международной научно-практ. конференции. – 2008. – С. 136-137.

УДК 331.101.262

КРИТЕРИИ И РИСКИ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ

Хромов Н. И., д-р экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, ДНР
nkhromov@bk.ru

Введение. Исследования концептуальных основ и закономерностей экономического развития требуют системного подхода с учетом наличия сложных по структуре, отношениям и последствиям процессов трансформаций в экономике в условиях существующих институциональных признаков. Процесс развития осуществляется в сложившейся институциональной среде в условиях непрерывного взаимодействия соответствующие внешних и внутренних факторов: политических, экономических, социальных, инфраструктурных, которые постоянно изменяются и эволюционируют. Понятие «развитие» ассоциируется с позитивными изменениями, которые должны осуществляться в процессах функционирования экономической системы.

В этой связи, при определении проблем развития следует учитывать все аспекты микроэкономического, регионального, государственного и межгосударственного влияния. Кроме того, с целью получения максимально объективных причин возникновения проблем, а соответственно и правильно избранных методов их решения, необходимо учитывать, как унаследованные проблемы предшествующего периода развития экономики, связанные с неэффективно действующей системой управления, неопределенностью стратегии развития, так и несоответствием новым требованиям.

Существенный вклад в развитие теории государственного и регионального управления социально-экономическими системами, современных концепций экономического развития внесли В. В. Дементьев, Р. М. Нуреев, Д. Норт, В. Полтерович, Н. В. Томчук и другие ученые.

Целью работы является исследование вопросов создания механизмов устойчивости регионального социально-экономического развития, определение критериев эффективной системы менеджмента и функционирования экономики Республики.

Основная часть. Сложившиеся в настоящее время политические условия жизни Донбасса (боевые действия, неопределенность административного устройства, разрыв связей с государственной системой управления Украины и непризнание независимости республики) требуют особых подходов к созданию механизмов развития экономики.

Донецкая область являлась самым богатым природными ресурсами регионом Украины. На ее территории на государственном балансе насчитывалось 756 месторождений полезных ископаемых, включающих 36 видов сырья общегосударственного и местного значения, из которых эксплуатировались 355 месторождений с 25 видов минерального сырья [1, с. 140].

Наличие собственных топливно-энергетических ресурсов и минерально-сырьевой базы, близость железорудных месторождений Криворожского бассейна, выход к морю, обусловили формирование мощного промышленного комплекса с концентрацией отраслей тяжелой промышленности, создание достаточно развитой производственной, научной и социальной инфраструктуры. Регион с 4,4 % территории, 9,6 % постоянного трудоспособного населения и 6,8 % основных средств в экономике производил 12,4 % общегосударственного продукта в стране. При этом Донецкая область обеспечивала объем производства регионального продукта на одного человека постоянного населения на 127,9 %, реализацию промышленной продукции – почти вдвое (179,9 %), а экспорт товаров – 213,3 % против общегосударственных показателей по Украине [2, с. 21–23].

Анализ свидетельствует о достаточно высоком уровне минерально-сырьевого, производственного и технико-технологического потенциала Донбасса, который при соответствующем менеджмента, внедрении действительно современных механизмов рыночных преобразований может стать основой развития экономики республики. Дальнейшие шаги в этом направлении будут зависеть от многих факторов, включая, прежде всего, окончание боевых действий, темпы восстановления производственной и социальной инфраструктуры, решение вопросов административного и государственного устройства и на этой основе – создание эффективной финансовой и в целом экономической системы развития.

В свою очередь, эволюция экономических систем всегда связана с качественными изменениями экономического пространства, структури-

рования факторов институциональной среды эффективного развития и конкурентоспособности экономики. Экономическое пространство характеризует систему взаимосвязей факторов деловой активности хозяйствующих субъектов и механизмов, их обеспечивающих, в структуре «природа – человек – общество». Экономическое пространство отражает экономические отношения и социально-экономические механизмы, через которые реализуются экономические интересы действующих экономических субъектов [3, с. 64].

Становится очевидным, что важнейшими условиями создания новых механизмов и эффективной системы менеджмента, способных стать основой развития экономики республики, являются актуализация институционального устройства и признание человека и его целенаправленной деятельности в качестве объекта и субъекта развития. Важнейшим является то, что главным условием и фактором устойчивого регионального экономического развития является эффективное функционирование человеческого капитала.

Аристотель утверждал, что богатство не является тем, к чему мы стремимся, потому что оно просто полезно и служит какой-то другой цели [4, с. 381]. То есть, Аристотель указывал на то, что экономический рост – лишь способ, а не конечная цель. Концепция новой экономики в качестве центрального звена исследования отмеченных процессов рассматривает человеческий фактор. Любое развитие имеет смысл лишь тогда, когда оно обеспечивает развитие человека и максимально полное удовлетворение его жизнедеятельности, необходимых для всестороннего и гармоничного развития [5, с. 95].

Основой эффективности функционирования экономической системы региона является создание соответствующей бизнес-среды, рыночных условий формирования экономического пространства и механизмов институционального воздействия, которые должны быть сориентированы на развитие и содействовать возможности обеспечения (при условии эффективного менеджмента) экономического роста и социального развития, повышения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности и региональной экономики в целом.

Заключение. Политика стимулирования быстрого роста при безусловном улучшении институтов может привести к успешной модернизации развития Республики в силу того, что причинная связь между экономическим ростом и качеством институтов является двухсторонней. Не только улучшение институтов содействует экономическому росту, но и быстрый рост облегчает усовершенствование институтов [6, с. 19]. Эффективное региональное развитие прежде всего зависит не от действующих экономических механизмов, а от качества институтов – формальных и неформальных правил ведения бизнеса.

Список литературы

1. Кучко-Бадина В.А. Оценка эффективности использования основных ресурсов региона / В.А. Кучко-Бадина // Вестник Донецкого национального университета. Научный журнал. Серия В. Экономика и право. – 2010. – №1. – С. 140-143.
2. Статистический ежегодник Донецкой области за 2012 год / Государственная служба статистики Украины. Главное управление статистики в Донецкой области. – Донецк, 2013. – 470 с.
3. Чернецова Н.С. Природа и структура экономического пространства и экономические интересы / Н.С. Чернецова // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. Общественные науки. – 2006. – №2 (6). – С. 64-68.
4. Аристотель. Политика / Аристотель // Сочинения: в 4-х т. – М., 1984. – Т.4. – 469 с.
5. Томчук Н.В. Эволюция научных взглядов на человеческое развитие / Н.В. Томчук // Экономическая теория. – К, 2005. – №3. – С. 95-105.
6. Полтерович В. Стратегия модернизации, институты и коалиции / В. Полтерович // Вопросы экономики. – 2008. – №4. – С. 4-24.

УДК 91-05

РОЛЬ Н.Н. БАРАНСКОГО В РАЗВИТИИ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ИДЕЙ

Чижикова О. А., канд. геогр. наук
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
o.chizhikova@donnu.ru

Введение. В географии Н.Н. Баранский настолько колоритная фигура в научном и методологическом плане, что анализу его трудов посвящены сотни научных работ. Однако, несмотря на столь глубокое исследование его научного иаследия, актуальность анализа роли Н.Н. Баранского в развитии географический идей применительно к конкретной территории в конкретную историческую эпоху развития независимого государства не вызывает сомнения.

Географические идеи Н.Н. Баранского находят отражение в научных и методических работах как его современников, так и многочисленных последователей, таких как: Н.Н. Колосовский, Ю.Г. Саушкин, Е.Н. Перцик, Т.М. Калашникова, В.В. Покшишевский и многие другие.

Цель исследования – анализ научно-методического наследия Н.Н. Баранского с учетом современного подхода географического исследования конкретной территории.

Основные результаты. В развитии географических идей Н.Н. Баранского следует отметить два фундаментальных направления: *создание научной школы* географии (прежде всего экономической географии), что не всегда удается выдающимся ученым, и *методики преподавания* экономической географии.

Главные черты научной школы Н.Н. Баранского:

Н.Н. Баранский отстаивал идею *единства географической науки*, считая, что существовавшая точка зрения не только в 1920 – 1930 годах, но и в 1950 – 1960 гг., приводит к ослаблению географии – разрыву ее главных ветвей – физико-географической и экономико-географической, по его выражению «получается полный разрыв, чрезвычайно вредный и теоретически, и практически» [4];

Н.Н. Баранский отмечал, что «география – понятие очень обширное», главная опасность, которая ей угрожает – «расплыться и потерять свое лицо», главной гарантией перед этой опасностью является *карта* – наглядный и осязаемый критерий того, что относится к географии. Именно карта, по его мнению, позволяет «одновременно видеть то, что при описании окажется растянутым на несколько страниц», является орудием географического исследования [2];

Н.Н. Баранский отмечал, что при существовавшем в начале XX века отраслево-статистическом направлении в экономической географии, последняя была чистым описанием отдельных отраслей хозяйства без присущих ей закономерностей, без настоящего научного фундамента. Предложив новое в экономической географии – *районное направление*, он создал *новое,* преобразовательное *направление в науке*, которое позволило рассматривать район (определенную территорию) не как «статистическую однородность», а как производственный комплекс с определенной специализацией в общегосударственном масштабе, единицу плана восстановления и реконструкции хозяйственного комплекса;

Н.Н. Баранский обратил внимание, что при современном исследовании территории необходимо опираться на *фундамент* научных традиций и достижений, доказательством чего является публикация его труда «Исторический обзор учебников географии (1876–1934 гг.)», в котором он рецензируя 233 учебника дал их группировку по периодам, продолжив тем самым труд Л. Весина, сделавшего обзор русских учебников географии с 1710 по 1876 гг. [1];

предлагая изучать территорию досконально – по возможности «во всех отношениях», Н.Н. Баранский обращал внимание на необходимость проведения *экспедиционных, полевых исследований*, в ходе которых осуществляется непосредственное изучение территории с ее природой, населением, хозяйством; исследование в полевых условиях связей между географической средой, жизнью людей и хозяйством района [4].

Вполне понятно, что научное наследие Н.Н. Баранского не ограничивается только представленными направлениями.

Значителен вклад Н.Н. Баранского в становлении и развитии такого направления, как *методика преподавания географии*:

в его работах «Экономическая география в средней школе. Экономическая география в высшей школе» (1957г), «Методика

преподавания экономической географии. Пособие для учителей» (1960 г.); учебниках «Физическая география СССР» для 7 класса средней школы (с 1935г по 1943г – вышло 7 изданий); «Экономическая география СССР» для 8 класса средней школы (с 1935 по 1955 гг. вышло 16 изданий); многочисленных статьях методического характера в журнале «География в школе», созданным им в 1934г, неизменным первым редактором которого он был до 1948 гг.) сочетается фундаментальная научность и искусство географического описания, генерализация и конкретизация, воспитание географического мышления [3].

Методическое наследие Н.Н. Баранского актуально до настоящего времени. Его фраза «географ должен уметь «рисовать словами», [2], т.е. умело использовать живую, образную речь как элемент наглядности, а для этого географ должен постоянно саморазвиваться, много читать, путешествовать, поэтому для географа-студента очень важны полевые практики, экскурсии и т.п.

Основные концептуальные положения Н.Н. Баранского сохраняют свою актуальность и ценность в меняющихся социально-экономических условиях, приобретая новые ракурсы и значимость. Неизменен его тезис, что профессиональный долг географов – следовать лучшим образцам прошлого, решая новые усложняющиеся проблемы современности; сохранять открытость мировой науке, видение мира в целом при ведущем районном направлении изучении проблем, представляющих особую важность для Отечества.

Заключение. В работе анализируются основные направления развития географических идей Н.Н. Баранского применительно к конкретной территории. Основные положения данной работы могут быть использованы не только при изучении географических дисциплин по направлению подготовки «Педагогическое образование: География. Экономика», но и при работе СНГО, разработке факультатива «Научное и методическое наследие Н.Н. Баранского», при организации полевых экономико-географических исследованиях.

Список литературы

1. Баранский Н.Н Исторический обзор учебников географии (1876 – 1834) [Текст] / Н.Н. Баранский. – М.: Географгиз, 1954. – 217 с.
2. Баранский Н.Н. Методика преподавания экономической географии [Текст] / Н.Н. Баранский. – М.: Учпедгиз, 1960. – 450 с.
3. Фрейкин, З. Г. Николай Николаевич Баранский. (1881-1963) [Текст] / З.Г. Фрейкин. – М.: Мысль, 1990. – 128 с.
4. Саушкин Ю.Г. Николай Николаевич Баранский (1881-1963). В кн.: Экономическая и социальная география: история и становление развития. [Текст] / Ю.Г. Саушкин. – М.: Просвещение, 1987. – С. 218-235.

УДК 338.984

ГОСУДАРСТВЕННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ХОДЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО АППАРАТА

Шамов А.С., Нарыжный Н.А.
Министерство юстиции Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР
minjust@minjust-dnr.ru

Введение. Государственное регулирование инновационных процессов должно быть направлено как вовне, то есть на преобразование экономической жизни государства с учётом требований, предъявляемых рыночными отношениями, так и внутрь, то есть на преобразование на инновационных началах государственного аппарата.

Основная часть. На этапе переходной экономики роль государства как основного участника деятельности по развитию инновационного сектора является стратегической. При этом в части преобразования на инновационных началах государственного аппарата государство оказывает не стратегически важную помощь, как это происходит во взаимоотношениях с бизнесом, – но оно в лице органов государственной власти преобразует само себя.

Для проведения такой сложной работы должны быть созданы устойчивые, всеохватные правовые основания, которые бы учитывали исходное состояние государственного аппарата и создали условия для преобразования его в соответствии с текущим уровнем развития общества, в соответствии с современными социальными потребностями.

Соответственно, в право, регулирующее деятельность государственного аппарата в целом и каждого органа государственной власти в отдельности, должны быть внедрены положения, которые бы позволили им удовлетворять текущие потребности общества и отвечать на вызовы современности.

Учитывая, что главным ресурсом в современном мире является человеческий капитал, обозначенная выше инновационная преобразовательная работа должна быть направлена на социальную сферу.

Таким образом, социальные инновации предполагают изменение подходов в обращении с человеческим капиталом с целью качественного улучшения деятельности органов государственной власти и с человеком как объектом деятельности органов государственной власти. Именно создание таких новых подходов и должно обеспечить новое правовое регулирование деятельности государственного аппарата.

К основным социальным инновациям, которые должны быть внедрены в деятельность государственного аппарата и получить

соответствующее правовое урегулирование, относятся: повышение значения конкуренции и использовании механизмов конкурсности при укомплектовании органов государственной власти, распространение и повышение значения современных методов работы с объектами деятельности органов государственной власти (то есть с населением).

Учитывая, что инновационная деятельность очень сложный процесс, который состоит из двух этапов – создание инноваций и освоение их в практической деятельности, необходимо создание единого законодательного акта, который бы согласовал проведение в жизнь инноваций в работе государственного аппарата на обоих этапах такой деятельности, а также принял во внимание социальный характер данных инноваций.

Заключение. Внедрение социальных инноваций в работу органов государственной власти и правовое урегулирование данной проблемы предусматривает широкое привлечение достижений науки и специализированных научно-исследовательских учреждение, а также обращение к мировому опыту.

Список литературы

1. Оценка инновационности стратегии социально-экономического развития региона / Л.В. Болтина. – М.: «Питер», 2012. – 178 с.
2. О главной инновации в России / В. Колыхалов. – М.: КНОРУС, 2009. – 435 с.
3. Характеристика проблем внедрения инновационных технологий в государственные органы / А.Ю. Коннова // БИЗНЕС Online. – 2012. – №26. – С.11-12.
4. Актуальная законодательная поддержка развития информационного общества и создания и функционирования «электронного правительства» в Российской Федерации / Б.В. Кристальный // Информационные ресурсы России. – 2011. – № 1. – С. 16-20.
5. Особенности инновационных систем в России и ЕС / Х. Хайсберс, Й. Розембум, В.В. Иванов. – М.: Центр исследований проблем развития науки РАН, 2006. – 280 с.
6. Основы государственного и муниципального управления: системный подход: Учебник / А.И.Радченко. – Ростов н/Д: «Феникс», 2006. – 206 с.
7. Система государственного и муниципального управления / О.М. Рой. – СПб.: Госкомстат РФ, 2007. – 103 с.

УДК 331.105.44

ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ПРОФСОЮЗОВ В УСЛОВИЯХ СТРОИТЕЛЬСТВА НОВОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Шемяков А.Д., д-р экон. наук, доцент
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, РФ
k_am@dsum.org

Введение. Пятилетний период строительства государственности Донецкой Народной Республики, позволил перейти к этапу развития процессов, политического и экономического обустройства. Этот период способствовал формированию подходов, направленных на решение проблем связанных с интенсификацией развития общественного производства; поиска механизмов социализации государственной экономической политики, обеспечивающих развитие политической, духовной, экономической и социально-трудовой сфер общества.

В условиях строительства новой государственности социально-трудовая сфера общества играет ключевую роль, так как от характера процессов взаимодействия сторон социально-трудовых отношений (СТО), которые ее пронизывают, зависит достижение политической и экономической стабильности. На рынке рабочей силы, сторонами СТО являются наемные работники, работодатели и государство [1].

Как отмечают ученые и практики, предметом таких отношений выступают соответствующие представители сторон, представляющие интересы трудовой жизнедеятельности человека и социальных групп. Представителями сторон, в качестве субъектов, выступают профсоюзы – представляют интересы наемных работников; организации работодателей - представляют интересы работодателей (собственников); органы власти - представляют интересы государства. Взаимодействуя между собой эти субъекты и, формируют соответствующий характер социально-трудовых взаимоотношений [1–3].

Основная часть. В условиях строительства новой государственности и сформировавшейся системы ценностей, сложившаяся практика процессов взаимодействия сторон СТО, требуют тщательного исследования. Значимым аспектом, которого является изучение факторов влияния и поиск методических подходов развития субъектов СТО. Такой подход, на наш взгляд, обеспечивает при осуществлении управленческой деятельности, бесконфликтность и гармонизацию взаимоотношений.

В процессах взаимодействия сторон социально-трудовых отношений, следует выделить особую роль профсоюзов как представительского органа, обеспечивающего функцию защиты коллективных и индивидуальных прав, а также интересов наемных работников.

Анализ функционирования профсоюзов позволяет выделить факторы влияния на реализацию ими защитной функции, а именно: действенность профсоюзов; уровень доверия работников; профессионализм деятельности профсоюзных работников и активистов; наличие навыков и умений вести переговорный процесс; частое использование соглашательской политики при нарушении прав и интересов работников; государственная заорганизованность деятельности профсоюзов; степень вовлечения профсоюзных работников и актива в управленческую деятельность предприятий, организаций и органов власти.

В совокупности эти факторы могут способствовать не только предупреждению возникновения трудовых конфликтов, наносящих существенный ущерб экономике как предприятия так в целом государству, но и стать катализатором появления рисков дестабилизации социально-политической ситуации в обществе.

Очевидно, что в условиях строительства новой государственности профсоюзы как субъект СТО, приобретает особую значимость. Поэтому в обществе, развитию этого субъекта, должно быть уделено особое внимание.

Анализируя проведенную оценку факторов, определяющих состояние взаимодействия между субъектами социально-трудовой сферы, видим, что уровень доверия работников предприятий к органам государственной власти, местной власти и к общественным организациям является не достаточно высоким и колеблется в пределах 54,3%-59,9%. Наблюдается также снижение уровня доверия, к профсоюзам, составляющего 62 процента. При этом охват профсоюзным членством наемных работников не превышает 78 %. Профсоюзы как субъект социально-трудовых отношений, не в полной мере, вовлекают работников в процесс подготовки, заключения и контроля выполнения коллективного договора (соглашений). Так в ходе проведенного опроса дополнительно было установлено, что: более 66 % работников не ознакомлены, либо слабо ознакомлены с материалами колдоговорной кампании [4]; существует серьёзная проблема разбалансированности взаимосвязи мотивов и стимулов к труду с формированием поведенческой составляющей участников рынка рабочей силы, требующая более глубокого научно-практического исследования и выработки практических рекомендаций по её урегулированию [5].

Полученные результаты проведенного теоретического и эмпирического исследований [2-5, 7] отображают общую информацию о состоянии и проблемах взаимоотношений субъектов социально-трудовой сферы в ДНР и позволяют сделать вывод о том, что сформировавшееся состояние взаимодействия субъектов СТО можно назвать как требующее поиска методических подходов совершенствования всей системы их взаимоотношений.

На наш взгляд, к методическим подходам, обеспечивающим развитие профсоюзов в условиях строительства новой государственности следует отнести:

Мотивационное воздействие.

Рассматривая мотивацию как совокупность внешних и внутренних воздействий, направленных на активизацию человека к выполнению осмысленных действий и поступков, можно констатировать, что мотивация профсоюзного членства – это совокупность действий направленных на появление желания стать членом профсоюза с целью получать профсоюзные услуги. Мотивационное воздействие может осуществляться в отношении одного человека, в таком случае речь идет об индивидуальной мотивации. Если мотивационное воздействие осуществляться в отношении группы людей тогда имеем групповую форму мотивации [6].

Недопущение законодательного ограничения проведения забастовки как формы воздействия на работодателя нарушающего законные права и интересы работников.

Этот подход в странах расположенных на постсоветском пространстве законодателем сильно зарегулирован.

Разработку механизма обязательности воздействия решения профсоюзов на деятельность представителей работодателя.

Развитие этого подхода в условиях демократизации общества и построения правового государства крайне необходимо.

Создание филиалов государственной трудовой инспекции и инспекции по охране туда и технике безопасности в структуре профсоюзов;

Реализация этих подходов позволит увеличить боевитость профсоюзов и создать внутри общественной организации элемент совместной с государством структуры оперативного контроля деятельности администрации предприятий организаций и т.п.

Организация дискуссионных площадок по оценке деятельности администрации предприятий, организаций и органов власти.

Для обсуждения и решения возникающих проблем в процессе взаимоотношений граждан, органов государственной власти и хозяйствующих субъектов требуется наличие дискуссионной площадки, выполняющей роль обратной связи между руководством государства и гражданами [7].

Выводы. Состояние действенности профсоюзов, как общественного института, отвечающего за качество социально-трудовых отношений, можно оценить как недостаточное;

сформировавшееся состояние взаимодействия субъектов социально-трудовой сферы требует поиска форм и методов совершенствования всей системы социально-трудовых отношений;

выявленные факторы влияния, при определенных условиях, могут стать катализатором появления рисков дестабилизации социально-политической ситуации в обществе;

реализация предлагаемых методических подходов, на наш взгляд, будет способствовать совершенствованию деятельности профсоюзов в условиях строительства государственности ДНР;

достижение эффективной деятельности профсоюзов – метод предупреждения возникновения социально-трудовых конфликтов в обществе.

Список литературы

1. Рихлі Л. Соціальний діалог на національному рівні у країнах-кандидатах на вступ до Європейського Союзу. / Л.Рихлі, Р. Прітцер // Матеріали національного тристороннього семінару. – Женева. – 2003. – 54 с.
2. Шемяков А. Д. Некоторые аспекты регулирования социально-трудовых отношений в условиях рыночной системы хозяйствования / А.Д. Шемяков // Дон ГУУ «Менеджер». – 2014. – №2 (68). – С.79-86.
3. Колмакова И.Д. Регулирование социально-трудовых отношений в экономике России // Российское предпринимательство. – 2006. – № 1 (73). – С. 19-25.
4. Шемяков А.Д. Профсоюзы в условиях строительства новой государственности и их роль в развитии системы общественного контроля А.Д. Шемяков // Научный журнал «Менеджер» ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – 2019. – № 1(87). – С. 82-92
5. Шемяков А.Д. Теоретические и практические аспекты развития социально-трудовых отношений в условиях социализации государственной экономической политики / Механизмы социализации государственной экономической политики: коллективная монография / под общ. ред. А.Д. Шемякова, Л.А. Воробьёвой. – Донецк: ДонАУиГС, 2019. – С 6-30.
6. Поздеева Т.Ю. Новые подходы к мотивации профсоюзного членства / Т.Ю.Поздеева. – М.: Научный центр профсоюзов, 2010. – 56 с.
7. Шемяков А. Д. О некоторых аспектах влияния общественного контроля на обеспечение эффективной деятельности органов власти Донецкой Народной Республики / А.Д. Шемяков // сборник материалов I Международной научно-практической конференции. – Алчевск: ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ», 2018. – С. 18-29.

С О Д Е Р Ж А Н И Е

Экономика предприятия

Алексеев С.Б. Проблемы развития торговли Донецкой Народной Республики 5

Балакай О.Б., Новиков К.С. Механизм обеспечения экономической безопасности субъектов хозяйствования: теоретический аспект 8

Бычкова О.В. Роль мотивации в обеспечении кадровой безопасности предприятия 11

Бычкова О.В., Мышляева А.В. Актуальные проблемы финансирования бюджетных учреждений ДНР (на примере ГПОУ «Донецкий электрометаллургический техникум») 14

Давлианидзе Я.С. «Бегство» капитала как фактор дестабилизации экономики 17

Донец Л.И., Яковенко Я.А. Инновационная составляющая ресурсного обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности 20

Еропутова О.А. Угрозы и риски цифровой экономики 23

Завгородняя Ю.В. Сущность стратегического потенциала предприятия 26

Ковтун Е.В. Теоретические основы формирования и реализации инвестиционного потенциала предприятия 30

Комисова М.М. Обеспечение продовольственной безопасности в регионе 33

Кондрашова Е.А. Практические аспекты внедрения системы KPI и ее роль в обеспечении экономической безопасности компании 35

Кравченко Ю.А., Слюсаренко А.В. Детерминанты понятия «интеллектуальный потенциал предприятия» 39

Краснова В.В., Гудова П.С. Страхование в системе экономической безопасности предприятия 41

Краснова В.В., Дубицкая А.В. Сущность антикризисного управления на предприятии .. 44

Мельникова Е.П., Ткаченко М.В. Разработка мероприятий для решения проблем развития жилищно-коммунального хозяйства 47

Самарина В.П., Мартиросян А.Т. К вопросу о повышении результативности производственных процессов Белгородского металлургического промышленного комплекса 49

Савина И.В., Быкова М.В. Нормирование труда на предприятиях в современных условиях 52

Селиванова Ю.В. Проблемные аспекты оценки потенциала субъектов хозяйствования 55

Селиванова Ю.В., Куликова О.В. Роль и современное состояние антикризисного управления предприятий в условиях трансформационной экономики 58

Стрелина Е.Н. Подтверждение профессиональных компетенций управляющего проектами на основе сертификации 61

Суптело Н.П. Содержание понятий «слияние» и «поглощение» в отечественных экономических и правовых источниках 65

Тофан А.Л. Перспективы развития пищевой промышленности Донецкой Народной Республики 68

Шарохина С.В. Система оценки эффективности предприятия 70

Шибаршина О.Ю. Корпоративная социальная ответственность российских компаний: особенности и проблемы развития 73

Щетинская Я.В. Совершенствование финансового планирования металлургического предприятия 77

Менеджмент

Абдурахманова М.М., Дикинов А.Х., Садуева М.А. Методы всеобщего управления качеством или постоянного улучшения процесса на основе обратной связи 80

Абитов М.М., Идилов И.И., Мушкаева М.А., Кесааева Т.В. Системный подход к обучению менеджеров в условиях становления инновационной экономики ... 84

Аксенова Е.С., *Минат В.Н.* Современные проблемы оценки качества продукции в системе управления качеством 88

Барсукова Н.В, *Минат В.Н.* Принятие рационального решения как способ эффективного управленческого воздействия 91

Быкова М.В., Савина И.В. Проблемы мотивации персонала в современных организациях 94

Вертиль Н.Н. Сущность организационной культуры 96

Гришина И.В. Формирование инновационно-активной среды сотворчества как условие эффективного управления инновациями 99

Дончевский Г.Н., Андреева А.Г. Модель комплексного управления развитием аккредитованного испытательного лабораторного центра 102

Дончевский Г.Н., Ворсина Ю.А. Процессный подход к управлению компетентностью персонала испытательной лаборатории при проведении внутренней аттестации 105

Еременко А.А. Особенности проектирования операционной системы хозяйствующего субъекта 108

Железняк В.Ю. Организационный процесс: деятельность или активность 111

Комарницкая Е.В. Особенности адаптации угледобывающего предприятия к современным условиям 114

Кравец Е.О. Концептуальные основы цифровых дивидендов 117

Кужелева А.А. Системный подход к исследованию региона 120

Кужелева А.А., Чернявская Т.Г. Способ взаимодействия бизнеса и государства на основе GR-менеджмента 123

Лапшина Е.А. К вопросу о контроле качества принятия управленческих решений на региональных предприятиях 126

Половян А.В., Гурова Е.Г. Дефиниция понятия «арт-рынок» 128

Половян А.В., Синицына К.И. Условия формирования эффективной деловой среды в Донецкой Народной Республике» 131

Половян А.В., Моцак Т.А., Уткина Л.А. Интеграция риск-менеджмента в систему управления качеством на предприятии 134

Половян А.В., Ялунер А.Ф. Информационно-коммуникационные технологии как основной инструмент в решении экологических проблем 137

Сергеева Н.В. Разработка концепции проекта 140

Маркетинг

Ардатьев В.Н. Экологический маркетинг в структуре развития Республики 143

Баев К.А. Методика оценки воздействия производственной логистики на управление материальными потоками в процессе товародвижения 146

Беспятая М.Н. Роль цифрового маркетинга в поведении потребителей 149
Божко Е.В. Реалии агромаркетинга в системе импортозамещения ДНР 152
Бойко С.В. Оптимизация ресурсов по обращению с отходами 155
Бойчук С.С. Дискурс брендов в современной теории маркетинга 158
Германчук А.Н. Ценностный подход в трейд-маркетинговой деятельности..... 161
Дудник В.В. Современные тренды digital-маркетинга 164
Ибрагимхалилова Т.В., Зайчук А.С. Мировой опыт применения инновационных маркетинговых технологий в деятельности компаний 167
Ибрагимхалилова Т.В., Ибрагимхалилова Д.В. Маркетинговые инновации в комплексе маркетинга 171
Конкина В.С., Минат В.Н., *Судакова Г.Ю.* Применение CRM-систем с целью повышения лояльности клиентов и оптимизации маркетинговых программ .. 174
Кострова Ю.Б., Минат В.Н., *Судакова Г.Ю.* Вопросы имиджа в маркетинговой деятельности современного ресторатора..... 177
Молохова Я.О., Торубай В.В. Перспективные направления развития маркетинга в Донецкой Народной Республике 180
Петенко И.В., Петенко А.В. Качество жизни населения, как стратегическое направление реформирования экономики ДНР 182
Ракульцев К.Б., Таратенко А.А. Влияние маркетинга персонала на результаты деятельности военнослужащих 185
Самарина В.П., Гаврюшина О.П. Роль упаковки кондитерских изделий в маркетинговой деятельности предприятия 188
Святелик Н.П. Социальная реклама как эффективный рычаг в решении актуальных общественных проблем 191
Чижова Н.Е. Особенности управления репутацией в Интернете 194
Шибаршина О.Ю., Минат В.Н. Судакова Г.Ю. Образование гостиничных цепей как эффективная маркетинговая технология развития бизнеса 197

Управление персоналом и экономика труда

Балтачеева Н.А., Деревянченко О.С. Совершенствование кадровой политики предприятия в современных условиях..... 200
Бунтовская Л.Л., Стрельченко Д.И. Профессиональное обучение безработных в Донецкой Народной Республике 203
Васильев А.С. Система охраны труда: ключевые проблемы и решения 206
Воробьева О.Г. Исследование проблем оплаты труда в Донецкой Народной Республике..... 209
Ганич Л.В. Саморазвитие – важный фактор профессионального роста работников 212
Дариенко О.Л., Попова Е.С. К вопросу сущности понятия «кадровый потенциал предприятия»: теоретический аспект..... 215
Елисеева Н.А., Глотова Е.О. Закон Паркинсона в деятельности организаций 218
Елисеева Н.А., Заводчикова А.Е. Изучение основных причин текучести кадров для повышения уровня стабильности персонала..... 221
Карпенко Н.А. Коучинг как один из мотивационных персонал-технологий в организации 223
Крылова Л.В., Македон Е.А. Инновационное стратегическое управление персоналом как фактор эффективного функционирования предприятий ресторанного хозяйства 226

Лукьянченко Н.Д., Писарева Ю.С. Развитие мирового рынка труда в современных условиях ... 228
Миронова Е.М. Механизм обеспечения достойного труда на предприятиях ... 231
Рубежной А.А., Лебедева М.Р. С овременные подходы к управлению персоналом ... 235
Рубежной А.А., Панченко Д.А. Предпосылки эффективного управления на предприятии ... 238
Саенко В.Г., Чурсина А.А., Чуев А.С. Этапы формирования профессиональной подготовленности работника ... 241
Севрюкова С.В. Наставничество как метод развития персонала ... 243
Стрельченко Д.И. Особенности формирования комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в ДНР ... 246
Шаповалова Э.В., Важинская В.В. Необходимость совершенствования системы управления персоналом на предприятиях в Донецкой Народной Республике ... 249
Штреккер И.А. Некоторые аспекты оценки эффективности деятельности руководителей предприятий ДНР ... 252

Национальная и региональная экономика

Белова Л.А., *Вертий М.В.* Стратегические приоритеты инновационного развития региона ... 255
Буленков Е.А. Оформление элементов дополненной реальности в производственной среде ... 257
Древицкая И.Ю., *Древицкая И.В.* Экономика впечатлений: донецкий аспект ... 260
Дробышевская Т.В. Городской портал – вход в «умный город» ... 263
Дубель В.М. Перспективы инновационного развития сельского хозяйства Донбасса ... 266
Женсхан Д., *Асанова Г.А., Ахметова К.С.* Развитие зерноперерабатывающей отрасли в Казахстане ... 269
Жуков С.П. Концепция развития винодельческой отрасли в Донецкой Народной Республике ... 272
Зайцева А.М. Устойчивое развитие региона на основе конъюнктуры локального рынка угля ... 275
Закотнюк О.Л. Воспроизводство социума как основа устойчивого развития региона ... 278
Зубец А.Ж. Государственная политика развития государственно-частного-партнерства и форм поддержки транспортной отрасли Российской Федерации ... 280
Капыльцова В.В., *Картамышев А.А.* Актуальные проблемы кластеризации современной национальной экономики ... 283
Князев Н.Н., *Минат В.Н.* К вопросу о формировании и развитии кластеров ... 285
Кострова Ю.Б. Перспективы развития зерновой отрасли в РФ ... 288
Кострова Ю.Б., Горлина И.А. Анализ и перспективы развития рынка функциональных продуктов ... 291
Котов Е.В. Этапы формирования экономической политики государства с особым статусом в пространстве ресурсного дефицита ... 294
Кошелева Е.Г., Полшкова М.Ю. Теоретико-методологические аспекты управления интернет-рекламой товаров и услуг на региональном уровне ... 297

Лящук Ю.О. Государственное регулирование рынка экологически чистой и органической продукции 300
Мартынушкин А.Б., Минат В.Н., Судакова Г.Ю. О проблеме классификации источников финансирования инвестиций в аграрном секторе экономики 303
Минат В.Н., Судакова Г.Ю. Осуществление региональной политики поддержки малого предпринимательства в Рязанской области..... 306
Оленичева Ю.А. Проблемы достижения экономического роста и экономической стабильности..... 309
Подмаркова И.П. Проблемы обеспечения экономической безопасности государства в условиях цифровизации 312
Подмаркова И.П., Дорофеенко Д.И. Основная проблематика и перспективы развития национальной и региональной экономик 315
Пудовкина О.Е. Теоретический взгляд на цифровизацию промышленности 318
Ретюнских В.Н., *Минат В.Н., Судакова Г.Ю.* Повышение эффективности реализации региональной политики в сфере капитального строительства в Рязанской области на основе кластерного подхода 321
Родин И.К., Минат В.Н., *Судакова Г.Ю.* Экономическая сущность, структура и функции продовольственного рынка 324
Романова Н.В. Зарубежный опыт обеспечения достойного труда на различных уровнях управления 327
Руденко Л.Г. Меры поддержки малых и средних предприятий, участвующих в благоустройстве территорий..... 330
Самарина В.П., Никитина К.А. Влияние ИКТ-затрат на развитие региона..... 333
Серова Н.А., Серова В.А. Стратегические направления развития транспортной инфраструктуры Арктической зоны 335
Скоморощенко А.А. Условия обеспечения экономической безопасности Краснодарского края 338
Судакова Г.Ю., Минат В.Н. Развитие конкурентоспособного предпринимательства в аграрном секторе 341
Тарасова М.В., Тарасов С.А. Состояние и перспективы развития внешнеэкономической деятельности субъектов ЮФО с арабскими странами и странами ЕАЭС 344
Тимошенко Д.С., Воищева Г.С. Актуальные проблемы продвижения турагентских предприятийна региональном уровне 347
Федоскина И.В., Минат В.Н., Судакова Г.Ю. Цена и значение оборота земли в развитии регионального хозяйственного комплекса 350
Хромов Н.И. Критерии и риски создания эффективной системы менеджмента и функционирования экономики Республики 353
Чижикова О.А. Роль Н.Н. Баранского в развитии географических идей 356
Шамов А.С., *Нарыжный Н.А.* Государственно-правовое регулирование инновационных процессов в ходе трансформации государственного аппарата 359
Шемяков А.Д. Факторы влияния и методические подходы, обеспечивающие развитие профсоюзов в условиях строительства новой государственности 361

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ДОНЕЦКИЕ ЧТЕНИЯ 2019: ОБРАЗОВАНИЕ, НАУКА, ИННОВАЦИИ, КУЛЬТУРА И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Материалы
IV Международной научной конференции
31 октября 2019 г.,
г. Донецк

ТОМ 3
Экономические науки
Часть 1

под общей редакцией проф. *С.В. Беспаловой*

Ответственный за выпуск доц. *А.А. Кужелева*

Дизайн обложки	*Е.Г. Грудева*
Технические редакторы	*В.Г. Медведева, М.В. Фоменко*
Компьютерная верстка	*А.А. Кужелева*

Адрес оргкомитета:
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,
ул. Университетская, 24, г. Донецк, 83001, ДНР
e-mail: *science.prorector@donnu.ru*

Подписано в печать 15.10.2019 г.
Формат 60×84/16. Бумага офисная.
Печать – цифровая. Усл.-печ. л. 21,57.
Тираж 300 экз. Заказ № 19окт124/3.
Донецкий национальный университет
83001, г. Донецк, ул. Университетская, 24.
Свидетельство о внесении субъекта
издательской деятельности в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.