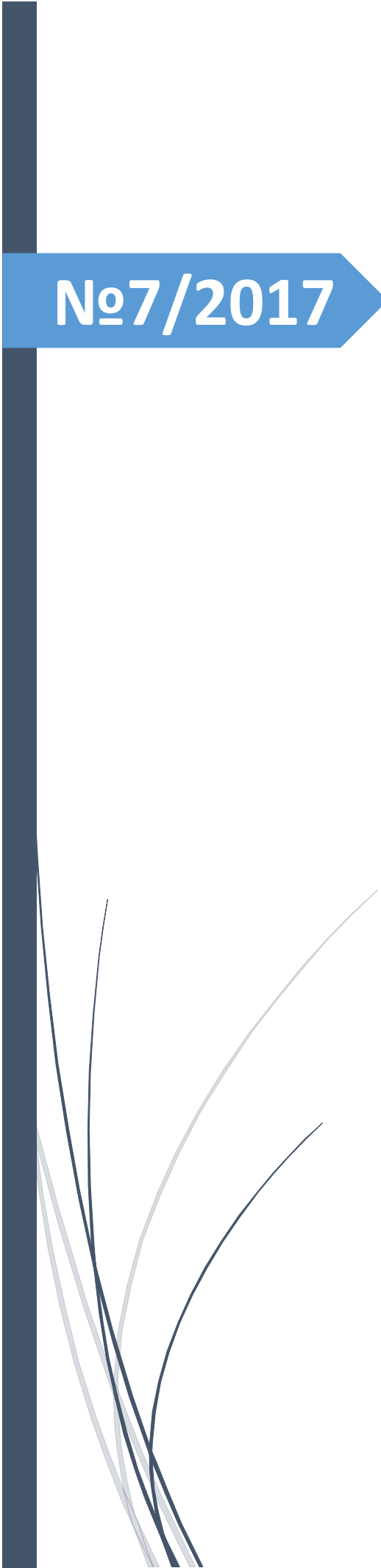




№7/2017

Экономические исследования и разработки

Электронный научно-
исследовательский журнал

НОО Профессиональная наука
www.edrj.ru

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И
РАЗРАБОТКИ**

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 7/2017

www.edrj.ru

Нижний Новгород 2017

УДК 33

ББК 65

Э 401

Экономические исследования и разработки: научно-исследовательский электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №7 - 2017. - 103 с.

ISSN 2542-0208

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современного экономического развития и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления.

Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.edrj.ru

УДК 33

ББК 65

ISSN 2542-0208

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент, руководитель НОО «Профессиональная наука» (mail@scipro.ru)

Балашова Раиса Ивановна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры “Экономика предприятия” Донецкого национального технического университета.

Глебова Анна Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор экономики и управления предприятием ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», член Новой экономической ассоциации. Эксперт научных направлений – антикризисное управление и банкротство, экономика предприятия и предпринимательства, управление.

Кожин Владимир Александрович – заслуженный экономист РФ, доктор экономических наук, профессор кафедры организации и экономики строительства Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений – финансы, бюджетирование, экономика предприятия, экономика строительства.

Мазин Александр Леонидович – доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. Эксперт научных направлений: экономика труда, экономическая теория.

Бикеева Марина Викторовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информационных технологий в управлении Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва. Эксперт научных направлений: социальная ответственность бизнеса, эконометрика, статистика.

Лаврентьева Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры социальной медицины и организации здравоохранения. ФГБОУ ВО “Нижегородская государственная медицинская академия” Министерства здравоохранения Российской Федерации. Эксперт научных направлений: учет, анализ, аудит, экономическая теория, экономика труда.

Тиндова Мария Геннадьевна – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.

Шагалова Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры инновационного менеджмента Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета. Эксперт научных направлений: бюджетирование, мировая экономика, ценообразование, экономика предприятия, инновационный менеджмент.

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2017

Оглавление

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ 6

Болтунов В.В. Бюджетирование, ориентированное на результат, как этап стратегического управления (на примере Республики Мордовия) 6

Диков Я.А., Нусратуллин И.В. Пространственное развитие территорий: комплексный подход 15

Дьячкова М.В., Сушко О.П. Вопросы интеграции интернет-магазина с программой 1С: Предприятие и их решения 24

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА 31

Бикеева М.В. Теория корпоративной социальной ответственности в условиях европейской интеграции 31

РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ 43

Антамошкина Е.Н., Саакян М.А. Мультикультурализм как основа развития этнографического туризма в регионах России и Армении 43

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ 54

Антипина А.А. Методы анализа внешней среды предприятия 54

Арутюнов Ю.А., Архипов И.П., Глинских В.А., Рудой А.А., Чашин Е.А. Необходимость разработки технологий бизнес-планирования инновационных проектов 63

Макеева Е.Д. Анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия 80

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 86

Сулима Е.П. Влияние государственного регулирования деятельности платежных систем на развитие предпринимательства в сфере оказания услуг по защите персональных данных 86

Государственное управление

УДК 33

Болтунов В.В. Бюджетирование, ориентированное на результат, как этап стратегического управления (на примере Республики Мордовия)

Budgeting, focused on the result, as a stage of strategic management (on the example of the Republic of Mordovia)

Болтунов Валерий Валерьевич

аспирант кафедры государственного и муниципального управления ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет имени Н.П.Огарева»

Boltunov Valery Valeryevich

Post-graduate student of the department of state and municipal management of the FSBEI HPE "Mordovian State University named after N.Ogaryov"

Аннотация: Рассматривается новая практика стратегического управления Российской Федерации – бюджетирование, ориентированное на результат. Приводятся применяемые в Республике Мордовия показатели, закрепленные в нормативных актах региона. Дается оценка проработанности данных показателей. Отмечается необходимость дальнейшей работы по развитию метода бюджетирования.

Ключевые слова: бюджетирование, стратегическое управление, регион, показатели, эффективность.

Abstract: We consider a new practice of strategic management of the Russian Federation – budgeting, oriented on results. Are applied in the Republic of Mordovia the indicators contained in the regulations of the region. Evaluation of elaboration of these indicators. Notes the need for further work on the development of the budgeting method.

Keywords: strategic management, region, indicators, efficiency.

Продолжающееся реформирование общественного сектора экономики представляет собой этап внедрения системы бюджетирования, ориентированного на результат (далее – БОР) в практику государственного стратегического управления в России. Ориентация системы БОР на финансирование оказания конкретных услуг и мониторинг результата от данной услуги определяет специфику данного метода.

На уровне Российской Федерации и каждого его субъекта разработаны и рассчитываются ежегодно показатели эффективности деятельности органов исполнительной власти.

Всего Президентом Российской Федерации утверждено 11 критериальных показателей, по которым производится расчет, и формируются рейтинги регионов. Более того, на уровне муниципальных образований также рассчитываются и формируются доклады об эффективности работы органов муниципальной власти. Все 11 показателей должны быть представлены за 7 лет: три последних года, отчетный и три прогнозных года, таким образом, будет прослеживаться динамика изменения данных за достаточно длительный период.

Все планируемые проекты новых законодательных актов предварительно перед окончательным утверждением размещаются в свободном электронном доступе на официальных сайтах соответствующих государственных структур для публичного ознакомления и обсуждения.

В рамках расширения практики программного подхода согласно правительственной программе открытости информации планировалось запустить полную версию открытой части единого портала «Электронный

бюджет». Это новый уровень интеграции и централизации всех информационных потоков для формирования полного цикла финансового менеджмента в сфере общественных финансов. Основное новшество, предусматриваемое электронным бюджетом, заключается в формировании единого электронного цикла бюджетного процесса, который обязательно должен обеспечивать взаимосвязь стратегического бюджетного планирования с процессом бюджетного планирования, единый процесс исполнения бюджета, встроенные средства мониторинга достигнутых результатов по объему и качеству оказанных государственных и муниципальных услуг. [1]

Электронный бюджет должен включать специальные подсистемы для полной взаимосвязи с процессом государственных закупок, включая процедуры планирования закупок и исполнения государственных (муниципальных) контрактов.

Все процессы, представленные в электронном бюджете, должны покрываться подсистемой автоматизированного государственного (муниципального) финансового контроля. Таким образом, государство старается максимально обеспечить открытость и гласность бюджетному процессу.

Но на данный момент проект не работает в полном объеме. Внедрение всех запланированных процессов, в том числе и в регионах происходит постепенно.

Разработанные показатели результативности деятельности исполнительных органов власти субъектов РФ по реализации мероприятий Стратегий развития регионов, будут обеспечивать для вышестоящего руководства рычаги властного воздействия на бюджетных менеджеров. Отчеты об итогах их работы –

определенная форма контроля за выделенное финансирование в рамках конкретных программ развития, иллюстрация достигнутых итоговых индикаторов результативности, персонификация личной ответственности за реализацию мероприятий.

В целом можно отметить, что сегодня проведена вся подготовительная предварительная работа по переходу к программному бюджетированию на всех уровнях государственной и муниципальной власти. В концепции БОР тесно взаимоувязаны три компоненты: стратегическое планирование, направленность на результирующую отчетность, управление в рамках субъектов бюджетного планирования.

Направленность БОР на конечные итоги работы обусловило необходимость формирования стандартизированных форм отчетности всех бюджетных менеджеров. В связи с этим были разработаны и утверждены соответствующие нормативные документы систематизирующие отчетность по итогам работы программ и проектов в общественном секторе экономики. Разработаны формы докладов высших должностных лиц при расчете утвержденных показателей эффективности работы, в регионах так же утверждены собственные формы отчетности региональных и местных исполнительных органов власти. По итогам проведенных оценок эффективности выстраивается рейтинг успешности регионов, и будут приняты меры по дальнейшему стимулированию эффективных субъектов и оказание дополнительных мер по улучшению ситуации в регионах с низкими рейтингами.

Субъекты бюджетного планирования постепенно будут получать все большую самостоятельность и автономию по распределению выделенных для реализации

государственных программ ресурсов. Законодателем разработаны формы отчетности бюджетных менеджеров по работе программ и проектом, а также подготовлены многими субъектами показатели эффективности работы с программами региональных исполнительных органов власти.

Если говорить про региональное стратегическое планирование, то оно имеет очень важное значение в реализации государственного стратегического планирования. Находясь в середине уровней стратегирования и являясь, по сути, связующим звеном между федеральным уровнем и уровнем муниципальным, власть субъекта РФ и региональное сообщество должны учитывать, с одной стороны (сверху) – политику, стратегии, тенденции, процессы, регулирование и т.д., а с другой (снизу) – интересы, потребности, спрос, замыслы, настроения, планы, действия и т.п. [2].

В Республике Мордовия разработчики, исполнители программ и контролирующие органы в своей деятельности опираются на следующие нормативно-правовые акты, непосредственно затрагивающие организационные и методологические вопросы программирования:

Постановление Правительства Республики Мордовия от 27 июня 2011 г. № 234 «Об утверждении порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Республики Мордовия» [3];

Постановление Правительства Республики Мордовия от 16 мая 2006 г. № 187 «Об утверждении порядка разработки, утверждения и реализации ведомственных целевых программ» [4];

Постановление Правительства Республики Мордовия от 29 августа 2006 г. № 384 «О разработке и реализации республиканских и межрегиональных целевых программ, в осуществлении которых участвует Республика Мордовия» [5].

Отметим, что в перечисленных выше документах не представлена методика оценки эффективности реализации целевых программ, в них лишь объясняется необходимость ее проведения и перечислены общие рекомендации по осуществлению указанного процесса.

Так, в пункте 27 Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Республики Мордовия указывается, что «методика оценки эффективности государственной программы учитывает необходимость проведения оценок: степени достижения целей и решения задач государственной программы; степени соответствия запланированному уровню затрат и эффективности использования средств республиканского бюджета Республики Мордовия; степени реализации мероприятий (достижения ожидаемых непосредственных результатов их реализации)».

Однако, как было указано выше, сама методика не представлена.

В пункте 11 Порядка разработки, утверждения и реализации ведомственных целевых программ приводится сводная оценка эффективности деятельности ведомства (исполнителя программы). Оценка эффективности деятельности ведомства по выполнению каждого установленного заранее показателя учитывает динамику данного показателя за 2 предыдущих года и рассчитывается по формуле 1:

$$Ini = Oi / Ni + Pi / Ri - 2 \times (Oi / Pi) \quad (1),$$

где Ini — индикатор эффективности деятельности n -го ведомства по реализации i -го показателя в относительных единицах;

Ni — утвержденное значение i -го показателя на отчетный период;

Oi — фактическое значение i -го показателя за отчетный период;

Pi — значение i -го показателя за аналогичный период прошлого года;

Ri — значение i -го показателя за период, предшествующий прошлому.

Сводная оценка эффективности деятельности ведомства рассчитывается по следующей формуле:

$$In = \text{SUM} (Wi \times Ini) \quad (2),$$

где In — сводная оценка эффективности деятельности n -го ведомства;

Ini — индикатор эффективности реализации i -го показателя (если значение Ini отрицательно, данный показатель в расчете принимается равным нулю);

Wi — весовое значение (в процентах) показателя в оценке результативности достижения того или иного показателя (устанавливается экспертным путем исходя из приоритетов социально экономического развития Республики Мордовия).

При этом если значение коэффициента сводной оценки больше 100 %, то ведомство работает эффективно, при значении, равном 100 % – ведомство работает со средней эффективностью, если же значение коэффициента менее 100 % – ведомство работает неэффективно.

Тем самым, упор делается на оценку эффективности не самой программы, а деятельности ее исполнителя. К тому же, здесь не указывается, по каким именно показателям должна проводиться оценка.

Таким образом, можно констатировать, что в Республике Мордовия наравне с другими субъектами Российской Федерации работает система бюджетирования, ориентированного на результат. Данная система позволяет определить уровень развития того или иного направления в деятельности органов власти субъекта Российской Федерации, а также сравнить его с уровнем развития других регионов. Однако, важным препятствием, на наш взгляд, является поиск совокупности критериев и показателей, способных адекватно оценить состояние той или иной отрасли в определенный промежуток времени.

Библиографический список

1. Электронный бюджет [Электронный ресурс]: <http://bujet.ru/article/138829.php>.
2. Стратегическое планирование региональных социально-экономических систем: учеб. пособие / Л.С.Валинурова, Л.Г.Ахтариева, Н.А.Кузьминых, Н.З.Мазур, - Уфа: БАСГУ, 2013. – С.18.
3. Об утверждении порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Республики Мордовия: Постановление Правительства Республики Мордовия от 27.06.2011 г. № 234 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
4. Об утверждении порядка разработки, утверждения и реализации ведомственных целевых программ: Постановление Правительства Республики

Мордовия от 16.05.2006 г. № 187 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

5. О разработке и реализации республиканских и межрегиональных целевых программ, в осуществлении которых участвует Республика Мордовия: Постановление Правительства Республики Мордовия от 29.08.2006 г. № 384 [Электронный ресурс]. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».

УДК 33

Диков Я.А., Нусратуллин И.В. Пространственное развитие территорий:
комплексный подход

Spatial development of territories: integrated approach

Диков Ярослав Александрович,

магистрант, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», Уфа, Россия

Нусратуллин Ильмир Вилевич

к.э.н., доц., ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», Уфа, Россия

Dikov Yaroslav Aleksandrovich,

graduate student, Bashkir State University, Ufa, Russia

Nusratullin Ilmir Vilovich

Ph.D, assoc.prof., Bashkir State University, Ufa, Russia

Аннотация: в статье рассмотрены современные тенденции и проблемы комплексного пространственного развития регионов России в контексте интеграции и глобализации отечественной экономики в мировую экономическую систему. Нарастающие глобальные угрозы со стороны ряда стран требуют более комплексного подхода к развития территорий и усилению мер по обеспечению экономической безопасности наиболее экономически неразвитых регионов России. Наблюдающаяся высокая дифференциация муниципальных образований и регионов России подрывает основы экономической безопасности государства, что диктует необходимость более интенсивной работы федерального центра по выравниванию наметившихся диспропорций.

Ключевые слова: муниципалитет, территории, пространственное развитие, дифференциация, регион.

Abstract: The article considers modern trends and problems of complex spatial development of Russian regions in the context of integration and globalization of the domestic economy into the world economic system. The growing global threats from a number of countries require a more integrated approach to the development of territories and the strengthening of measures to ensure economic security of the most economically undeveloped regions of Russia. The observed high differentiation of municipalities and regions of Russia undermines the basis for economic security of the state, which dictates the need for more intensive work of the federal center to equalize the emerging imbalances.

Keywords: municipality, territory, spatial development, differentiation, region.

Пространственное развитие в экономике выступает сферой реализации основных приоритетов государственной (федеральной) и региональной политики. Основы данной политики были утверждены Указом Президента Российской Федерации в январе 2017 г.[1]. Все основные задачи федеральной политики регионального развития, представленные в этом документе, а также те положения, которые будут содержаться в еще разрабатываемой Стратегии пространственного развития Российской Федерации (далее – Стратегия) [2], будут иметь прямое отношение к обеспечению экономической безопасности страны. Однако решение этих задач в полном объеме требует не только полной согласованности всех названных документов, но и достаточной четкости, аргументированности их основных положений. Обеспечить экономическую безопасность страны и ее регионов можно только при условии очень конкретного определения как уже фактически имеющихся здесь угроз, так и потенциальных угроз и, соответственно, стратегического видения путей устранения этих угроз. По нашему мнению, пока эти условия в полной мере не реализованы в новой Стратегии; угрозы реальные и мнимые не всегда четко различимы, причем угрозы мнимые как бы заслоняют собой угрозы реальные. Это, конечно, не создает благоприятного фона для ранжирования и материального обеспечения в решении задач государственной политики регионального (пространственного) развития [3, 4, 5].

Расчеты, выполненные в последние годы различными группами экспертов, позволяют утверждать, что явных успехов в преодолении экономической дифференциации регионов мы так и не достигли. Однако и очевидного усиления этой дифференциации в последние годы, как полагают эксперты, также не происходит [6]. Скорее всего, этот показатель как бы «заморозился» сообразно

отсутствию крупных сдвигов в структуре российской экономики в целом и сохраняющемуся ее преимущественно ресурсо-ориентированному характеру. Но тогда в чем же конкретно заключены угрозы экономической безопасности страны в сфере пространственного развития? Убедительного ответа на этот вопрос, Стратегия, к сожалению, не содержит.

Еще больше вопросов вызывает тезис Стратегии относительно дифференциации муниципальных образований. В Российской Федерации в настоящее время действует 6 типов муниципальных образований общим числом более 22 тысяч (таблица 1). Нельзя не задаться вопросом: как конкретно констатировалась эта дифференциация муниципальных образований? По какому показателю (показатель, аналогичный ВРП, на муниципальном уровне не исчисляется) и на каком пространстве (в общероссийском или в пределах отдельных регионов) эта дифференциация якобы определялась? Кроме того, надо иметь в виду, что дифференциация муниципальных образований (хотя и в меньшей степени, чем дифференциация регионов) – достаточно управляемый показатель, производное от тенденций размельчения или, напротив, укрупнения российских муниципалитетов.

Кратное увеличение числа муниципалитетов в России (первоначально почти до 25 тыс.), особенно, на поселенческом уровне, в ходе инициированной в 2003 г. муниципальной реформы привело к тому, что показатели социально-экономического развития по различным типам муниципалитетов в пределах каждого региона существенно «расслоились». За этим, правда, в стране тут же начался процесс постепенного сокращения числа муниципалитетов. Всего, с

момента полномасштабного старта реформы исчезло почти 2 тыс. муниципалитетов, прежде всего, поселенческих.

Таблица 1

Число муниципальных образований в Российской Федерации

Муниципальные образования								
всего	в том числе, по типам:							
	муниципальные районы	городские округа		внутригородские районы	Внутригородское муниципальное образование города федерального значения	поселения		
		всего	в том числе, с внутригородским делением			Всего	в том числе:	
							Городские	сельские
На 1 января 2007 года								
24207	1793	520	-	-	236	21658	1732	19919
На 1 января 2017 года								
22427	1784	567	3	19	267	19690	1589	18101

Источник: по данным сборников Росстата «Формирование местного самоуправления в Российской Федерации».

Анализируя нормативно-правовые документы, определяющие стратегию устойчивого развития на уровне территорий и регионов в России, выявляются определенные противоречия между различного рода концепциями и стратегиями разных уровней власти и конкретных целевых программ регионально-территориального развития регионов и территорий [7]. Также в настоящее время сформировались правовые предпосылки того, что процесс укрупнения муниципальных образований заметно ускорится. Имеются в виду поправки, в

бесчисленный раз внесенные в систему муниципальной организации в стране 62-м ФЗ 2017 г. [8]. Эти поправки в 131-й ФЗ по местному самоуправлению позволяют преобразовывать муниципальные районы в городские округа. Сельские и городские поселения как самостоятельные муниципальные образования внутри района при этом упраздняются. Этот процесс, который ранее шел очень сложно и лишь на «точечной основе», теперь видится как генеральный тренд реорганизации институтов местного самоуправления в стране. Поправками также снято ограничение на то, что в основе городского округа обязательно должно быть городское поселение. Возможно создание городских округов, состоящих исключительно из сельских населенных пунктов [9]. Сейчас теоретически можно предположить ситуацию, при которой городские округа вообще останутся единственной формой муниципальной организации в регионах страны (кроме городов федерального значения). Например, Московская область уже достаточно близка к такой модели муниципальной организации. В этом случае, вопрос о дифференциации муниципалитетов, во всяком случае, в пределах субъектов Федерации, будет снят. Рискнем высказать мнение, что никаких расчетов в смысле «дифференциации муниципалитетов» для новой Стратегии экономической безопасности не проводилось, а был лишь использован некий «штамп», предположительно соответствующий действительности. Во всех подобных случаях реальные угрозы подменяются мнимыми, точнее – конкретно не определенными. Нельзя не высказать сожаление по поводу того, что такие достаточно легковесные утверждения относительно угроз экономической безопасности попадают в государственные документы столь высокого ранга. А реальная угроза совсем в ином.

Последние годы ситуация отчетливо эволюционирует в сторону оттеснения населения от решения ключевых вопросов функционирования и реорганизации муниципалитетов; российское местное самоуправление все больше теряет признаки института «гражданского общества», все более приближаясь к специфической модели «самоуправления без населения». И все это на продолжающемся фоне кризиса местных финансов, высокой дотационной зависимости абсолютного большинства муниципальных бюджетов. Но, к сожалению, никаких иных угроз экономической безопасности страны в сфере местного самоуправления, кроме названной выше и весьма проблемной «дифференциации», Стратегия не видит. На наш взгляд, в текущей ситуации в сфере муниципального управления необходимо дать возможность (административную, финансовую, правовую) муниципалитетам больше влить на развитие собственных территорий [10, 11].

Не могут не вызвать определенные сомнения и часто повторяющиеся в официальных документах (в т.ч. и в новой Стратегии экономической безопасности) акценты на «опережающее» или «приоритетное» развитие отдельных регионов и макрорегионов страны. Безусловно, во многом такая приоритетность имеет под собой не только чисто экономические, но и социально-политические мотивировки. Однако в условиях низких темпов роста российской экономики в целом, опережающие темпы развития одних регионов, по сути, означают признание неизбежности стагнации других регионов, что неприемлемо с позиции национальной безопасности. Кроме того, достаточно неопределенное оконтуривание пространства «опережающего» или «преимущественного» развития не дает четких оснований полагать: будет ли такая модель роста российской экономики «работать» на сглаживание имеющихся межрегиональных различий

или, напротив, на их дальнейшее усиление? В настоящее время ключевые условия экономической безопасности требуют балансировки принципа приоритетности в региональном развитии с поддержанием достаточной устойчивости всего социально-экономического пространства страны.

Прежде всего, экономическое выравнивание регионов должно быть не просто закреплено как один из приоритетов в «Стратегии пространственного развития», а переведено в количественные параметры, как это было сделано в упоминавшейся выше государственной программе. С этой целью необходимо решить задачу стратегического согласования всех каналов (инструментов) федерального финансирования социально-экономического развития регионов, в частности, идущего через целевые территориальные программы развития, внепрограммные инвестиционные проекты, через деятельность институтов территориального развития, а также в рамках «стандартной» системы межбюджетных взаимодействий.

Библиографический список

1. Указ Президента РФ от 16 января 2017 г. №13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года». // СПС «Консультант+» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_210967/f938e46a4000bf25f99c70c69823278591395d7d/.

2. Постановление Правительства РФ от 20 августа 2015 г. N 870 "О содержании, составе, порядке разработки и утверждения стратегии пространственного развития Российской Федерации, а также о порядке

осуществления мониторинга и контроля ее реализации" // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/71170676/>

3. Бухвальд Е.М., Иванов О.Б. Актуальные проблемы пространственной интеграции российской экономики // ЭТАП: Экономическая теория, Анализ, Практика. – 2015. – №5. – С. 7-31.

4. Бахтизин А.Р., Бухвальд Е.М., Кольчугина А.В. Выравнивание регионов России: иллюзии программы и реалии экономики // Вестник Института экономики РАН. – 2016. – №1. – С.76-91.

5. Мурзин А.Д. Социально-экономическое развитие территорий и хозяйственных комплексов в России и за рубежом: монография. – Москва, 2012. – Том 1. – 204 с.

6. Федотова, Г.В. Программный бюджет как инструмент эффективного регионального управления: монография / Г.В. Федотова; ВолгГТУ. - Волгоград, 2015. - 158 с.

7. Анопченко Т.Ю. Мурзин А.Д. Нормативно-правовые основы формирования стратегии устойчивого социо-эколого-экономического развития урбанизированных территорий. – Инженерный вестник Дона. – 2012. – Т. 22. – № 4-1 (22). – С. 138.

8. Федеральный закон от 3 апреля 2017 г. №62-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71545428/>

9. Бухвальд Е.М., П.Н.Захаров, А.В.Одинцова, Н.Ворошилов. Куда дует ветер перемен? // «Самоуправление». 2017. №2. С.3-6.

10. Мурзин А.Д. Комплексная оценка социо-эколого-экономических факторов состояния урбанизированных территорий // Региональная экономика: теория и практика. –2012. –№ 8. –С. 44-50.

11. Мурзин А.Д. Алгоритм управления социоэколого-экономическими рисками развития урбанизированных территорий // Научное обозрение. – 2012. – № 6. – С. 577-579

. УДК 33

Дьячкова М.В., Сушко О.П. Вопросы интеграции интернет-магазина с программой 1С: Предприятие и их решения

Integration of an online store with 1C: Enterprise and their solutions

Дьячкова Мария Владиславовна,

студент ВШИТиАС САФУ

Сушко Ольга Петровна

к.э.н., доцент

Dyachkova Maria Vladislavovna,

student VSHITiAS SAFU

Sushko Olga Petrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Аннотация: В данной статье описаны возможности, которые дает интеграция интернет-магазина с программой 1С:Предприятие. Рассмотрены трудности, возникающие при данной интеграции, и варианты их решения.

Составлен пошаговый план выполнения интеграции интернет-магазина с программой 1С:Предприятие с кратким описанием на каждом этапе.

Ключевые слова: интернет-магазин, интеграция, выгрузка, xml, 1С, сайт.

Abstract: This article describes the opportunities offered by the integration of the online store with the 1C: Enterprise program. The difficulties encountered in this integration and the solutions to their problems are considered.

A step-by-step plan for integrating the online store with the 1C: Enterprise program with a brief description at each stage is made.

Keywords: Online store, integration, unloading, xml, 1C, site.

На сегодняшний день практически каждая компания имеет собственный сайт в интернете. Сайт становится не просто средством для общения, передачи новостей, фотографий, но и для послания необходимой информации. Для компании такой

информацией может послужить либо сайт-визитка, либо сайт с предоставлением прайса своих услуг, либо собственный интернет-магазин.

В случае же интернет-магазина у владельцев возникает другой вопрос - каким способом передавать уже имеющуюся базу данных и вести учет данных и их изменений. Проблема заключается в том, что перенос базы данных вручную, особенно при большом количестве товаров, занимает огромное количество времени и может привести к потере каких-либо данных. Также нередко происходят ситуации, когда менеджеры торговой площадки не успевают или просто забывают внести изменения относительно остатков или изменений цен товаров. А ведь кроме необходимости обрабатывать огромные объемы данных людьми и неизбежных ошибок, это еще и означает потерю клиентов из-за устаревшей информации или неактуальных цен.

Для того чтобы избежать подобных проблем, используется, в основном, интеграция.

Интеграция интернет-магазина с программой 1С:Предприятие, как и любое другое внедрение, имеет ряд преимуществ[1]. Однако при организации данной интеграции часто возникает много трудностей. Рассмотрим некоторые из них (Таблица 1).

Таблица 1

Трудности при интеграции интернет-магазина с программой 1С:Предприятие

Ситуация	Последствия	Решения
Выгрузка запрошена на этапе предварительной продажи (pre-sales).	Потеря клиента и времени	– Сделать интеграцию отдельным этапом; – Сообщить заказчику о возможных рисках
Выгрузка не предоставлена на этапе составления технического задания	– Неправильно спроектированная структура каталога; – Срыв сроков и бюджета	– Настаивать на своевременном предоставлении выгрузки; – Сделать интеграцию отдельным этапом; – Сообщить заказчику о возможных рисках
Интеграция вынесена в отдельный этап	Необходимость изменения всей структуры каталога	Получить выгрузку до начала проектирования
1С:Предприятие был модифицирован сторонним разработчиком, имеет устаревшую версию или плохо структурированный каталог.	– Нет возможности выполнить штатную интеграцию; – Потеря времени из-за длительных переговоров с программистом заказчика	– Настаивать на соблюдении подписанных требований и правил; – Выполнить настройку выгрузки на стороне клиента самостоятельно.
Выполнение настроек 1С:Предприятие на стороне клиента самостоятельно.	Непрогнозируемая трудоемкость и возможные сложности с нетиповой конфигурацией	Настаивать на соблюдении подписанных требований к выгрузке.
Исполнитель (web-студия) настаивает на соблюдении протокола	– Риск разрыва отношений по причине отсутствия возможности у клиента реализовать требования самостоятельно; – Затягивание сроков сдачи проекта	– Вынести интеграцию с 1С:Предприятие на отдельную фазу; – Выполнить настройки 1С:Предприятие самостоятельно; – Принять данные в том формате, в котором их способен предоставить клиент

Ситуация	Последствия	Решения
Проблемы в общении с программистом на стороне заказчика	– Длительные, тяжелые переговоры; – Срыв сроков	Организовать ежедневные трехсторонние звонки с заказчиком, его программистом и исполнителем.

Если учитывать описанные выше трудности, то интегрировать интернет-магазин с программой 1С:Предприятие в целом несложно.

Самым первым и главным шагом разработки интеграции является определение ее цели и задач, которые она будет решать.

Интеграции сайта с программой 1С:Предприятие позволяет решить три основные задачи:

- обеспечить выгрузку на сайт каталога товаров и поддержку его актуальности;
- обеспечить передачу заказов с необходимыми сведениями с сайта интернет-магазина в 1С:Предприятие;
- информировать клиентов о ходе исполнения их заказов, обработка которых ведется в 1С:Предприятие.

Обычно заказчики требуют реализовать только первую задачу.

Следующим шагом необходимо выбрать архитектуру взаимодействия интернет-магазина с программой 1С:Предприятие. Существует два подхода (Таблица 2).

Таблица 2

Подходы архитектуры взаимодействия интернет-магазина с программой 1С:Предприятия

Подход	Преимущества	Недостатки
Обращение сайта интернет-магазина к программе 1С:Предприятие напрямую[2]	– Полная актуальность каталога на сайте в режиме реального времени; – Мгновенное появление заказов в программе 1С:Предприятие; – Быстрое информирование клиента о результатах обработки заказа	– Сложность в настройке для массового использования; – Зависимость сайта от работы 1С:Предприятие; – Зависимость 1С:Предприятия от работы сайта; – Потенциальная угроза со стороны сайта;
Регулярный обмен данными между сайтом интернет-магазина и программой 1С:Предприятие[2]	– Сайт работает самостоятельно; – 1С:Предприятие не принимает запросы с сайта, нет дополнительных нагрузок; – В случае нарушения безопасности сайта, безопасность 1С:Предприятие не нарушается	Задержка обновления данных

Для реализации задач интеграции в 1С:Предприятие есть специальный модуль для обмена данными с сайтом интернет-магазина, в котором настраиваются параметры обмена данными[3]. С помощью этого модуля определяется, что именно и как будет выгружаться на сайт интернет-магазина[5]. В процессе выгрузки генерируются два файла: import.xml и offers.xml, которые впоследствии будут передаваться на сервер[4]. Первый файл содержит информацию о товарном каталоге, а второй - торговые предложения по данному товару. Принятые файлы

обрабатываются на стороне сайта с помощью некоего программного кода и загружаются в базу сайта интернет-магазина[6].

Передача заказов с необходимыми сведениями с сайта интернет-магазина в 1С:Предприятие и информирование клиентов о ходе исполнения их заказов реализуется с помощью того же модуля. Схема обработки заказа представлена на Рисунке 1.

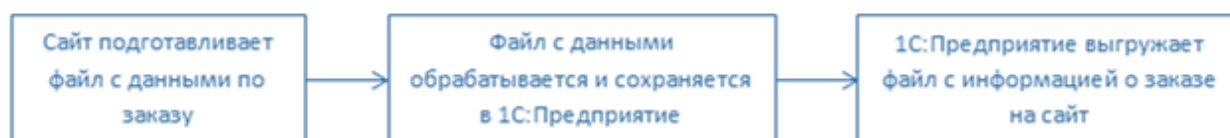


Рисунок 1. Схема обработки заказа

ВЫВОДЫ

Интеграция интернет-магазина с 1С: Предприятие - это система взаимодействия магазина и программных продуктов 1С:Предприятия.

Любой интернет-магазин, который насчитывает более 100-150 позиций товара, требует интеграцию с учетными системами. Не рационально вносить данные в интернет-магазин вручную, вести двойную работу по учету товара и заказов. Гораздо удобнее интегрировать данные и экономить трудовые ресурсы и собственные вложения.

Интеграция позволяет следующее[2]:

- выгружать на сайт каталог товаров из 1С:Предприятие;
- обновлять данные по товарам, ценам и остаткам из 1С:Предприятие;
- получать в 1С:Предприятие заказы интернет-магазина и обрабатывать их;

– информировать покупателей о статусах их заказов.

Библиографический список

1. 1С:Предприятие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://v8.1c.ru/overview/Term_000000877.htm (дата обращения: 21.06.2017).
2. Хабрахабр. Простая интеграция сайта с 1С [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/139657/> (дата обращения: 03.07.2017).
3. Гончаров, Хрусталева «Технологии интеграции 1С:Предприятия» [Текст] / 1С-Паблишинг, 2011. – 358с.
4. 1С: Предприятие 8. Обмен данными, механизмы [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://v8.1c.ru/overview/Term_000000269.htm (дата обращения: 30.06.2017).
5. Cs.cart, Выгрузка каталога из 1С в интернет-магазин [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.cs-cart.ru/docs/4.1.x/developer/1c/catalog.html> (дата обращения: 30.06.2017).
6. Основы XML для начинающих пользователей [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.ibm.com/developerworks/ru/library/x-newxml/index.html> (дата обращения: 01.07.2017).

Мировая экономика

УДК 005.35+330.341.2

Бикеева М.В. Теория корпоративной социальной ответственности в условиях европейской интеграции

The theory of corporate social responsibility in the conditions of European integration

Бикеева Марина Викторовна

доцент кафедры статистики, эконометрики и
информационных технологий в управлении

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,
г. Саранск

Bikeeva Marina Victorovna

Ph. D. in Economics, assistant professor of the Chair of Statistics, Econometrics and Information
Technologies in Management

National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk

Аннотация: Результатом исследования является анализ существующих подходов к содержанию категории «корпоративная социальная ответственность». Представленный в статье литературный обзор отражает факт отсутствия единого определения КСО. Существование различных подходов к определению КСО объясняется спецификой реализуемых социальных программ западными компаниями. Материалы исследования включены в цикл статей, посвященных распространению опыта стран Европейского Союза в области корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: Европейский Союз, корпоративная социальная ответственность, аргументация КСО, пирамида КСО А. Керолла, концепции КСО.

Abstract: The result of research is the analysis of existing approaches to the content of the category "corporate social responsibility". Presented in the paper literature review reflects that there is no single definition of CSR. The existence of various approaches to the definition of CSR is explained by the specifics of social programmes implemented by Western companies. The study included in a series of articles dedicated to the dissemination of experience of the countries of the European Union in the field of corporate social responsibility.

Keywords: The European Union, corporate social responsibility, the rhetoric of CSR, the pyramid of CSR A. Carolla, the concept of CSR.



Статья подготовлена при финансовой поддержке фонда **ERASMUS+ Programme – Jean Monnet Modules** (проект № 575358-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE «Policy for Corporate Social Responsibility: the EU experience»)

Идея европейской интеграции заключается в создании общего рынка, гарантирующего свободное передвижение людей, капитала, товаров и услуг. С помощью стандартизированной системы законов, действующих в странах-участницах Европейского Союза (ЕС), вырабатывается общая политика в области торговли, сельского хозяйства, рыболовства и регионального развития. В 2011 году Еврокомиссией принята Стратегия по развитию КСО, базирующаяся на Стратегии ЕС «Европа – 2020», согласно которой все более значимым элементом повышения конкурентоспособности европейского бизнеса является социально ответственное поведение. При этом ориентация своей деятельности на принципы корпоративной социальной ответственности является инициативой самого бизнеса, поскольку является наиболее выгодной практикой его поведения. Среди причин, побудивших крупные компании стран ЕС внедрять принципы КСО, можно выделить:

- усиление давления со стороны государственных структур на бизнес в рамках ужесточения стандартов в области трудового и экологического законодательства;
- рост активности профсоюзного движения в области требований в сфере охраны труда и социальной политики;
- возросшая культура потребления, согласно которой ответственное поведение компании является определяющим при совершении покупки [6].

При этом КСО является многоаспектным комплексным феноменом, поэтому подходы к её концептуализации достаточно разнообразны [7]. Существующие споры о роли бизнеса в современном обществе подтверждают дискуссионный и противоречивый характер рассматриваемой проблематики. Однако, несмотря на то, что проблема КСО обострилась в условиях европейской интеграции, до сих пор нельзя говорить об окончательно сформированной ее концепции. Есть как сторонники, так и противники этой концепции, что подтверждают многочисленные аргументы «за» и «против» социальной ответственности, представленные в таблице 1. [5; 1].

Таблица 1

Аргументация КСО

Аргументы в пользу КСО	Аргументы против КСО
1. Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы.	1. Нарушение принципа максимизации прибыли.
2. Наличие ресурсов у бизнеса для решения социальных проблем.	2. Расходы на социальную вовлеченность.
3. Моральное обязательство вести себя социально ответственно.	3. Отсутствие методики определения эффекта социальных программ.
	4. Недостаток навыков в решении социальных проблем.

В качестве отрицательных сторон КСО выделены нарушения принципа максимизации прибыли и роста издержек вследствие отвлечения части ресурсов бизнеса на решение спектра социальных проблем. В конечном счете, все издержки переносятся на конечного потребителя в виде повышения цен, что способствует снижению конкурентоспособности компании. Подобный характер

рассматриваемой проблематики позволяет выделить ряд направлений, получивших наибольшее распространение в европейской практике, в рамках которых по-разному трактуется КСО (рисунок 1):



Рисунок 1. Существующие концепции корпоративной социальной ответственности

Согласно теории «корпоративного эгоизма» единственной ответственностью бизнеса является рост и максимизация прибыли для своих акционеров. Эта позиция сформулирована лауреатом Нобелевской премии Милтоном Фридманом (*Milton Friedman*) в 1971 г. В своей книге «Капитализм и свобода» он пишет: «В свободной экономике у бизнеса существует одна, и только одна, социальная ответственность – использовать свои ресурсы и осуществлять действия, направленные на увеличение его прибылей до тех пор, пока это отвечает правилам игры, т.е. участвовать в открытой и свободной конкуренции без обмана и мошенничества» [8]. Тем самым М. Фридман пытается утвердить этику бизнеса в части КСО лишь на одном мотиве прибыли. По его мнению, руководители корпораций не должны отвлекаться на разрешение социальных проблем общества, а заниматься своим прямым делом – производством товаров и услуг. Решение же социальных проблем является обязанностью государства, а также делом самих заинтересованных лиц и общественности.

М. Фридман является не одиноким в своем мнении. Т. Левитт, выступая противником социальной ответственности бизнеса, отмечал «Функция бизнеса – это производство устойчиво высокой прибыли. Сущность свободного предприятия – идти за прибылью любым способом, соответствующим собственному выживанию как экономической системы. Благосостояние и общество не является делом корпорации. Её дело – делать деньги, а не нежную музыку» [9].

Трудно не согласиться с тем, что в основе создания любой компании лежит экономическая цель – получение прибыли. Такой подход действительно подразумевает выполнение компанией экономической функции производства продукции (услуг), необходимых для общества. Он также обеспечивает контроль

над финансово-хозяйственной деятельностью компании, увеличивая её активы. Специальные функции такой компании ограничиваются обеспечением занятости для населения, достижением максимальной прибыли и вознаграждения для акционеров. Однако в условиях европейской интеграции сведение КСО к указанному минимуму неправильно. Точка зрения М. Фридмана не даёт основного направления современного мышления европейского бизнеса по вопросам КСО.

Второй подход – теория «корпоративного альтруизма» является противоположной теории М. Фридмана. Основная её идея заключается не только в получении прибыли, но и о вкладе бизнеса в решение социальных проблем, например, повышение качества жизни граждан, охрана окружающей среды и т.п. Разработчиком данной теории является Комитет по экономическому развитию. В его рекомендациях подчеркивается обязанность «корпорации вносить значительный вклад в улучшение качества жизни» [4, с. 19]. Компании не могут игнорировать существующие социальные проблемы, являясь открытыми системами.

Интересна и наиболее научно обоснована, на наш взгляд, третий подход – теория «разумного эгоизма». Она исходит из того, что бизнесу необходимо ограничивать свои текущие прибыли, создавая предпосылки для успешного долгосрочного развития, для благоприятной социальной среды собственного персонала и территории своего присутствия. При этом затраты бизнеса на проведение социальной активности рассматриваются в качестве долгосрочных инвестиций, направленных на улучшение условий бизнеса.

Помимо выделенных разновидностей концепции КСО в 1990-х гг. начал формироваться интегрированный подход, в рамках которого социальная

активность компаний концентрируется вокруг конкретной определенной области, непосредственно связанной с основным направлением деятельности компании. Такой подход к КСО получил название социально значимых направлений деятельности. Главным достоинством этого подхода является смягчение многочисленных противоречий между интересами бизнеса и общества. При этом социальные программы не рассматриваются как источники неэффективных затрат.

Современные руководители европейских компаний понимают, что бизнес не может процветать в вакууме. Благополучие современной компании неразрывно связано с социальным благополучием общества в целом, частью которого она и является. Прогресс возможен лишь в случае совместного продвижения компании и общества по пути благополучия. Один из успешных японских предпринимателей К. Иномари писал: «Начиная предприятие, следует задать себе вопрос: Я делаю это только для своей собственной выгоды или на пользу общества? Прибыль сама по себе не является злом. Однако получение прибыли за счет убытков партнеров, поставщиков или клиентов, нельзя назвать добродетелью». Таков образ мышления современного цивилизованного предпринимателя.

Согласно позиции А. Керолла, КСО является многоуровневой категорией, представленной в виде пирамиды (рисунок 2).

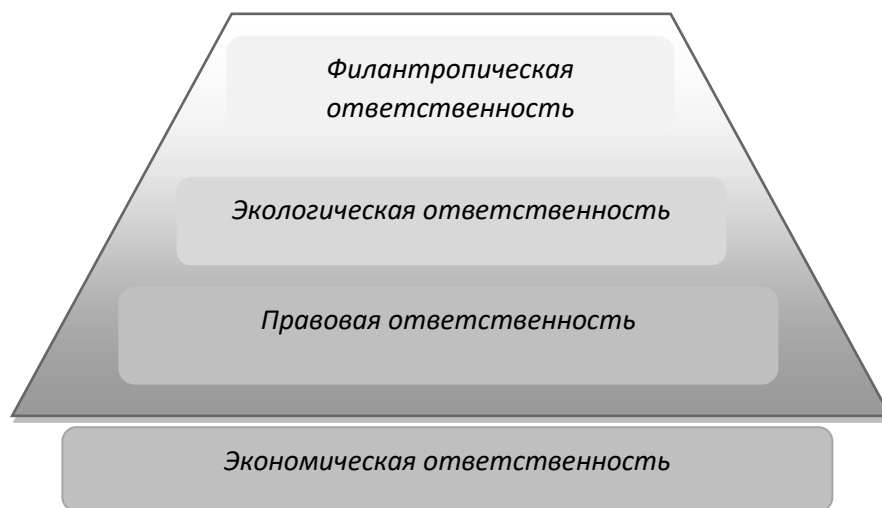


Рисунок 2. Пирамида социальной ответственности корпораций А. Керолла [4; 3]

Экономическая ответственность, лежащая в основании пирамиды, определяется базовой функцией любой компании на рынке – производителя товаров (услуг), удовлетворяющих потребности конечных потребителей, что способствует получению прибыли. Правовая ответственность подразумевает необходимость соблюдения бизнесом существующего законодательства. Экологическая ответственность действует в отношении природоохранной деятельности и ресурсосбережения на территории расположения и деятельности бизнеса. Филантропическая ответственность выражается через добровольное участие бизнеса в реализации различных социальных программ, направленных на поддержание и развитие местного сообщества. Таким образом, КСО – это обязательство бизнеса осуществлять добровольный вклад в развитие общества, включая социальную, экономическую и экологическую сферы, принятое компанией сверх того, что требует закон и экономическая ситуация.

Представим двоякое определение КСО, данное Институтом исследований Всемирного банка. Во-первых, КСО – это комплекс направлений политики (действий), выполняющих требования законности, связанными с основными стейкхолдерами, а также учитывающих интересы населения, сообществ и окружающей среды. Во-вторых, КСО – представляет собой нацеленность бизнеса на устойчивое развитие.

Европейская комиссия в своих документах опирается на самое широкое определение: «КСО – концепция, отражающая добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды».

Таким образом, концепция КСО является весьма динамичной, характеризуется постоянной трансформацией и изменениями, обогащением новыми идеями. И если в начале – середине XX в. она не находила отклика в бизнес-среде, то в конце XX – начале XXI вв. её как основную философию бизнеса «проповедует» большинство стран ЕС. Литературный обзор подходов, посвященных концепции КСО, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Подходы к содержанию категории «КСО»

Авторы	Понятие
Г. Боуэн 1953 г.	КСО – обязательства бизнесменов соблюдать такую политику, принимать такие решения и следовать таким линиям поведения, которые являются наиболее желательными с точки зрения целей и ценностей нашего общества.
М. Фридман, Ф. Хайек	Существует лишь одна социально-экономическая ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры.

Авторы	Понятие
1971 г.	
П. Друкер	Конечной целью предприятия является создание общественных благ. Чем крупнее и могущественнее компания, тем сильнее оказываемое ей социальное влияние и тем выше необходимость в учете социального фактора. Требование социальной ответственности является платой за успех.
М. Палацци, Дж. Статчер	КСО представляет собой в своей основе философию или образ отношений между предпринимательскими кругами и обществом, причем для их реализации и устойчивости в течение длительного периода времени эти отношения требуют руководства.
Р. Стивен П., М. Коултер	КСО – обязательство компании преследовать долгосрочные общественно полезные цели, принятое ею сверх требуемого от нее в соответствии с законодательством и экономическими условиями.
Гордон Х. Фитч	КСО – это серьезная попытка разрешить социальные проблемы, вызванные полностью или частично действиями корпорации.

Таким образом, представленные точки зрения отражают тот факт, что в настоящее время отсутствует единый подход к определению КСО. Различные исследователи или компании определяют социальную ответственность по-разному исходя из своего видения данного явления. Попытка выбрать из приведённого перечня определений наиболее удачное ни к чему не приведёт. Дело в том, что все определения по сути своей верны, так как отражают различные стороны одного и того же явления [2]. В то же время все представленные подходы едины в одном: КСО – это ответственность компании перед заинтересованными группами, с которыми она сталкивается в процессе деятельности и перед обществом в целом. Она является более широким понятием, выходящим за рамки интересов акционеров и инвесторов и охватывает реализацию таких социально значимых проектов, как развитие трудового потенциала персонала, охрану их здоровья, создание

безопасных условий труда, природоохранную деятельность и ресурсосбережение, заботу об интересах местного сообщества. КСО следует включать в качестве неотъемлемой составляющей основной стратегии компании, поскольку её использование становится дополнительным фактором, повышающим конкурентоспособность компании в условиях европейской интеграции.

Библиографический список

1. Бикеева М.В. Социальная ответственность бизнеса: аргументы «за» и «против» // Экономика и предпринимательство. – 2012. – №4 (27). – С.297-299.
2. Бикеева М.В. Признаки социально ответственного бизнеса // Экономика и предпринимательство. – 2012. - №2 (25). – С.196-198.
3. Бикеева М.В. Опыт компаний Европейского Союза в реализации корпоративной социальной ответственности // Экономические исследования и разработки. – 2017. - №6. – С. 70-76.
4. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.
5. Мескон М. Основы менеджмента: Учебник: Пер. с англ. / Мескон Майкл, Альберт Майкл, Хедоури Франклин. – М.: Дело, 2005. – 720 с.
6. Пономарев С.В. Корпоративная социальная ответственность в Европе: что нужно знать предпринимателю, выходящему на европейские рынки. – Пермь 2014 – 21 с. URL: <http://permtpp.ru/upload/iblock/58c/kso.pdf>

7.Савина Т.Н. Критерии оценки социально ответственного поведения бизнеса (теория, методология, практика): монография / Т.Н. Савина. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. – 168 с.

8.Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – September 13. – P.32-33.

9.Levitt Th. The dangers of social responsibility / Th. Levitt. // Harvard Business Review. – 1978. – №36 (5) – P. 41-50.

Рекреация и туризм

УДК 338.48

Антамошкина Е.Н., Саакян М.А. Мультикультурализм как основа развития этнографического туризма в регионах России и Армении

Multiculturalism as the basis of the development of ethnographic tourism in the regions of Russia and Armenia

Антамошкина Елена Николаевна,

к.э.н., доцент, Волгоградский государственный аграрный университет, г. Волгоград

Саакян Мария Арменаковна

к.э.н., доцент кафедры управления, бизнеса и туризма,

Российско-Армянский университет, Ереван, Республика Армения

Antamoshkina Elena Nikolaevna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Volgograd State Agrarian University, Volgograd

Saakyan Maria Armenakovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the

Department of Management, Business and Tourism,

Russian-Armenian University, Yerevan, Republic of Armenia

Аннотация: В статье характеризуется влияние фактора мультикультурализма на развитие этнографического туризма. Проводится оценка социально-культурного потенциала Армении и ряда регионов Юга России, в частности, Волгоградской области для развития этнографического туризма как приоритетного направления въездного и внутреннего туризма. В результате проведенного анализа установлено, что развитие туристских дестинаций, должно осуществляться с учетом необходимости соблюдения баланса экологических, социально-культурных и экономических воздействий в рамках комплексного подхода к социально-экономическому развитию регионов.

Ключевые слова: индустрия туризма, мультикультурализм, этнографический туризм, регионы Юга России, республика Армения.

Abstract: The article describes the influence of the multicultural factor on the development of ethnographic tourism. The socio-cultural potential of Armenia and a number of regions of the South of Russia, in particular, the Volgograd region, is being evaluated for the development of ethnographic tourism as a priority for inbound and outbound tourism. As a result of the analysis it was established that the development of tourist destinations should be carried out taking into account the need to balance the environmental, socio-cultural and economic impacts within the framework of an integrated approach to the socio-economic development of the regions.

Keywords: tourism industry, multiculturalism, ethnographic tourism, regions of the South of Russia, the Republic of Armenia.

Введение. Закономерности развития человеческого общества и, прежде всего, социально-экономической сферы, во многом определяются культурной средой и культурным многообразием. Мультикультурализм, основанный на «мультинациональности», «мультиэтничности», «мультирелигиозности», «мультирасовости», «сегментарности» влияет на социум и сферу экономики. Наиболее благоприятной сферой для реализации принципов и идей мультикультурализма, по мнению авторов статьи, является индустрия туризма. Соответственно для обеспечения устойчивого развития экономик стран и регионов, вовлечённых в активную туристскую деятельность, пропагандирующих толерантность к представителям разнообразных культур, а также в целом для устойчивого развития государств и туристского обмена между ними необходимо учитывать влияние фактора мультикультурализма.

Устойчивое развитие туризма на различных по масштабам территориях (регионы, муниципальные районы, отдельные населённые пункты) может быть обеспечено во многом благодаря глубокому изучению проблем сосуществования представителей различных национальностей, этносов, рас, конфессий, социально-культурных и субкультурных течений. Этнические и религиозные особенности непосредственно влияют на "туристский облик" той или иной территории. В регионах России не сегодняшний день наблюдается растущий интерес к турпакетам, построенным на синтезе этно-, эко-, религио- компонентов.

Индустрия туризма может использовать все положительные стороны мультикультурализма, что позволяет меньшинствам сохранять свой этнокультурный облик и формировать положительный образ своей культуры в чужой среде, развивать в обществе толерантное отношение друг к другу. Юг

России, в частности, Волгоградская область и республика Армения представляют собой регионы, где веками проживало большое количество разнообразных народов и групп. Нижнее Поволжье с древних времен развивалось как полиэтническое, поликонфессиональное и мультикультурное общество, став перекрестком цивилизаций с высоким уровнем религиозной терпимости, а также одним из важных направлений миграционных потоков.

Методы исследования. Использование мультикультурного подхода в туристском районировании позволит успешно решить прикладные задачи создания привлекательных и востребованных на рынке туристских дестинаций. Мультикультурное районирование территорий, основанное на картографическом инструментарии географии, методах туристской науки (таких, как кластерный подход), методах социально-культурных исследований позволит с научной точки зрения исследовать и выработать практические рекомендации к формированию востребованных туристских дестинаций, способствующих формированию современного мультикультурного пространства.

Этнографический туризм на Юге России. На развитие внутреннего туризма в России позитивное влияние оказала реализация федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [15]. В рамках реализации программы было запланировано создание туристских кластеров в целом ряде регионов России, в том числе и в двух субъектах Южного федерального округа. В частности, кластеры формируются в республиках Татарстан, Марий Эл, Коми, Дагестан, в Удмуртской республике и республике Карелия, а также в Новгородской, Вологодской, Новосибирской, Московской, Мурманской областях. Помимо этого, создаются туристские кластеры

в Брянской, Волгоградской, Тульской, Архангельской областях, а также на территории Краснодарского и Забайкальского края [2, с. 10-13]. Кластерный подход к отрасли туризма предполагает формирование и развитие отдельных туристских дестинаций в регионах России.

Волгоградская область относится к регионам, в которых достаточно высок удельный вес аграрного сектора экономики. При формировании стратегии социально-экономического развития таких регионов необходимо стремиться к установлению рационального баланса использования имеющихся в регионе ресурсов [2, с. 11]. Приоритетным фактором успешного социально-экономического развития таких регионов является развитие транспортной, торговой, информационной инфраструктуры. Соответственно, меры по развитию аграрного производства в регионе должны быть дополнены проектами комплексного и устойчивого развития сельских территорий, охватывающими не только сельское хозяйство, но и местную промышленность, строительство, сферу торговли, туризм, социально-бытовое обеспечение, сферу гостиничного и ресторанного сервиса.

Потенциал региона открывает широкие возможности для развития всех видов въездного и внутреннего туризма. Отдельные сельские территории и поселения в Волгоградской области, являются объектами исторического и культурного наследия, фольклора. В области большое количество памятных объектов как регионального, так и федерального значения, есть все условия для развития разнообразных видов туризма: этнографического, экологического, аграрного [3, с. 22-26; 8].

Этнографический туризм приобретает особую значимость с точки зрения сохранения культурных традиций, обычаев, фольклора [13; 14; 16]. Это во многом

способствует воспитанию и поддержанию толерантности, терпимости к другим народам и культурам, что отмечается целым рядом современных исследователей [8; 10; 11]. Население регионов Юга России традиционно является многонациональным. Сохранение и развитие в отдельно взятой стране, регионе и в мире в целом культурных различий является основой политики мультикультурализма. В связи с этим именно этнографический туризм может способствовать мультикультурному развитию сельских территорий.

Волгоградская область, исторически формировавшаяся как многонациональная территория, имеет богатый потенциал для развития этнотуризма. В частности, в регионе действует множество музеев, посвященных истории казачества. На территории области расположены этнографический музей-заповедник народной архитектуры и быта Иловлинских казаков, музей Усть-Медведицкого казачества, музей истории донских казаков и ряд других объектов [9]. В целом в регионе функционируют около 30 музеев краеведческого назначения, в каждом из которых представлены экспозиции, посвященные разнообразным этническим группам.

Этнотуры могут включать в себя пользующиеся большой популярностью уникальные мероприятия событийного туризма. Так, в станице Букановской Кумылженского района каждый турист может ощутить себя частью огромной, дружной и гостеприимной казачьей семьи, принимая участие в «потешном майдане» с песнями и частушками, отведав «казачий стол» с традиционными угощениями, посетив праздничную ярмарку «Хопёрские зори Михаила Шолохова».

Особого внимания заслуживает государственный историко-этнографический и архитектурный музей-заповедник «Старая Сарепта». Комплекс из 26 зданий

бывшей гернгутской колонии сегодня может много рассказать об истории европейцев, которые во времена Екатерины II принесли на нашу территорию свою культуру. Ежегодный фольклорно-этнографический татарский праздник «Сабантуй» - один из самых ярких и многонациональных – представляет собой театрализованное шествие творческих коллективов, концертную программу, конные скачки, национальные игры и состязания, знакомящие с давними народными традициями. В качестве ценных этнографических ресурсов региона следует упомянуть казахский этнографический центр «Алтын-Нур», расположенный в Палласовском районе [2].

Особый интерес для Волгоградской области может представлять опыт Краснодарского края, где посещение казачьих станиц, в которых сохранились и развиваются народные промыслы, включено как в обзорные экскурсии, так и в специальные этнографические туры с проживанием в семьях местного населения. Так, на берегу Азовского моря раскинулась казачья станица невероятных размеров с широким спектром кубанских забав для всей семьи – Атамань, уже успевшая прославиться не только на Кубани, но и по всей стране [16].

Станица стала настоящим образцом идеального этнотуристского объекта: этнотуристический комплекс, представляющий собой историческую реконструкцию казачьей станицы с улицами и хатами, в которых живут ремесленники: гончар, кузнец, винодел и цирюльник. Туристов ждет посещение школы народных ремесел, где можно не только посмотреть, но и принять участие в резьбе по дереву, научиться гончарному искусству или технологиям древней живописи. Вся деятельность комплекса направлена на сохранение и развитие

национальных, культурных традиций, родного языка, изучение истории, быта народов, населяющих край.

Если говорить о проблемах развития этнографического туризма в Волгоградской области, то они традиционны для большинства регионов: правовое, кадровое обеспечение, финансирование и государственная поддержка, наличие необходимой инфраструктуры. В качестве приоритетных направлений развития этнографического туризма в Волгоградской области необходимы:

- организационно-правовые мероприятия, регулирующие и координирующие развитие данного вида туризма в регионе;
- развитие системы подготовки квалифицированных кадров, в том числе посредством системы дополнительного профессионального образования;
- разработка, продвижение и реализация регионального туристского продукта в сфере этнографического туризма;
- освещение и популяризация посредством СМИ проектов по развитию этнографического туризма на территории региона.

Развитие этнографического туризма в регионе позволит создать дополнительные рабочие места, обеспечит рост доходов сельского населения, увеличит размер налоговых поступлений в региональный бюджет, будет способствовать развитию транспортной, торговой, информационной инфраструктуры в сельской местности. В перспективе этнографический туризм на территории региона может стать одним из приоритетных факторов развития и диверсификации экономики сельских территорий Волгоградской области.

Этнографический туризм в Армении. В основе происхождения армян лежит библейское сказание о том, что один из правнуков Ноя – Торгом, еще при

жизни разделил свои владения между сыновьями. Один из сыноей – Айк и стал родоначальником армян. Сквозь тысячелетия менялась территория Армении (в период процветания Армянской империи она составляла 300 тыс кв. км., а сегодня – 30 тыс кв. км). Нынешняя столица Армении – Ереван основана в 782г. до н.э. и на 29 лет старше Рима [12, с. 3]. В течении своей многовековой истории Армения претерпевала взлеты и падения, но сквозь тысячелетия сохранила свою этническую самобытность, чем и обусловлен большой интерес туристов всего мира к этой маленькой стране.

Изучение и объективное представление историко-архитектурных, археологических и культурных памятников Армении имеет важное значение для развития туризма в регионах страны, а обоснованное районирование – это одно из необходимых условий устойчивого развития туристской дестинации. Армения является мононациональным государством, на ее территории переплетается огромное количество исторических и культурных течений и направлений. Находясь на перекрестке Европы и Азии историческая Армения одновременно и «впитала» в себя различные культурные особенности соседних этносов, и повлияла на становление и развитие этих этносов с точки зрения культуры, языка и религии. Армения не только первая страна в мире принявшая христианство в качестве государственной религии, но и одна из первых в мире по количеству сохранившихся христианских манускриптов и памятников (церквей, хачкаров и др.) [7, с. 10, 1 с.2]. Только в Институте древних рукописей Матенадаран в Ереване хранится более 11 тыс. целых манускриптов на армянском языке и 262 фрагментов древних книг [6, с.7].

Этнографический и религиозный туризм на сегодняшний день являются одними из приоритетных направлений развития индустрии туризма республики Армения.

Одновременно, регионы Армении, будучи населенными в большинстве армянами, имеют очень значимые культурные различия, которые выражены не только в искусстве, архитектуре, диалекте, ремеслах, но и в мировоззрении и традициях. Все эти отличия образуют интересный для иностранного туриста колорит, что должно быть исследовано для разработки нового туристского продукта. Районирование на основе мультикультуризации также может стать эффективным инструментом для разработки альтернативных вариантов международного сотрудничества в рамках формирования международных туристских кластеров с участием Армении.

Выводы. Кроме неоспоримого и актуального сегодня фактора сохранения социально-культурной среды посещаемой местности, следует отметить влияние этнотуризма на социально-экономическое развитие туристских дестинаций, которое при условии соблюдения баланса экологических, социально-культурных и экономических воздействий может стать самостоятельным направлением комплексного подхода к социально-экономическому развитию регионов Юга России и республики Армения.

Библиографический список

1. Агатангелос. История Армении. Перевод с древнеармянского К.С. Тер-Давтян, С.С. Аревшатян. Изд-во: Наири, 2004 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hayasanews.com/wp-content/uploads/2012/12.pdf>

2. Антамошкина Е.Н., Бараташвили Э.Э. Социально-экономические условия развития туристских дестинаций в регионах ЮФО Туризм: право, экономика. 2017. № 2. С. 10-13.
3. Бараташвили Э.Э., Кривцов И.В. Аграрный туризм в Волгоградской области: накопленный опыт, проблемы и перспективы развития // Агроэкологический туризм как инструмент устойчивого развития сельских территорий в России и за рубежом // Сборник материалов Международной научно-практической конференции, г. Волгоград, 24-25 сентября 2015 г. Волгоград: ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ, 2015 г. С. 22-26.
4. Варданесова Т.В. Культура хачкаров IX-XVII вв. Арагацотна и Котайка // Историко-археологическое исследование. Изд-во: Ереванского государственного университета, 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://publishing.ysu.am/files/Tatyan_Vardanesova.pdf
5. Доня С.В. Этнографические экскурсии в туризме: современное состояние и перспективы развития // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2016. № 2 (6). С. 101-104.
6. Казарян В.О., Манукян С.С. Матенадаран: Армянские рукописи VI-XIV вв. Том 1. Москва. Изд-во: Книга, 1991.
7. Казарян И. Краткий очерк Армянской церкви с I по VIII века. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://orthodoxengland.org.uk/pdf/armenia/a_kratkiy.pdf
8. Ковальчук А.П. Анализ направлений развития внутреннего туризма в России // Экономика, предпринимательство и право. 2014. № 3. С. 24-29. <http://www.creativeconomy.ru/articles/6034>

9. Кривцов И.В. Этнографический потенциал развития сельского туризма в Волгоградской области // Туризм: право и экономика. 2012. № 2. С. 18-21.
10. Матюнин В.М. Актуальные вопросы развития туризма в России и регионах // Российское предпринимательство. 2013. № 9 (231). с. 126-132. URL: <http://bgscience.ru/lib/8054/>
11. Монахова Н.С. Этнографический туризм в России: основные виды и факторы развития // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2010. № 2. С. 164-168.
12. Сароян Г.А. История армянского народа (в кратком изложении).- Краснодар: Изд-во: Фамилия, 2015.
13. Семкина Н.С., Прокопьева Т.А. Перспективы развития этнографического туризма в России // Sochi Journal of Economy. 2010. № 3. С. 105-111.
14. Старикова Д.В. Социокультурные аспекты развития экологического этнографического туризма // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 18. С. 93-96.
15. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody/>
16. Юрченко А.А., Немцова В.О. Этнографический туризм. Национальные особенности народов Кубани // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2016. Т. 2. С. 53-57.

Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами

УДК 33

Антипина А.А. Методы анализа внешней среды предприятия

Methods of analysis of the external environment of the enterprise

Антипина Анастасия Александровна

магистрант Уральского государственного аграрного университета

Antipina Anastasia Alexandrovna

Master of Urals State Agrarian University

Аннотация: Анализ внешней среды предприятия позволяет заблаговременно спрогнозировать всевозможные угрозы и риски, а также разработать план действий в случае возникновения непредусмотренных обстоятельств; изменить управленческую стратегию, которая позволяет предприятию достигать намеченных целей и обратить угрозы в выгодные возможности.

Ключевые слова: анализ, метод, внешняя среда, предприятие, управление.

Abstract: Analysis of the external environment of the enterprise allows to predict in advance all kinds of threats and risks, and to develop an action plan in case of unforeseen circumstances; change management strategy that allows the company to reach its goals and turn threats into profitable opportunities.

Keywords: analysis, method, external environment, enterprise, management.

В менеджменте существует такое понятие как «предпринимательская среда», под этим понимается наличие факторов и условий, которые влияют на работу предприятия и требуют адаптации к ним. Среда любой организации состоит из двух областей: внутренней и внешней.

Внешняя среда — это комплекс хозяйствующих субъектов, общественных, экономических и природных условий, межгосударственных и национальных структур, а также других внешних условий и факторов, действующих в окружении

предприятия, и которые влияют на все сферы его деятельности. Внешнюю среду обуславливают внешние факторы влияния. Внешними факторами являются условия, которые предприятие не в силах изменить, но должно отслеживать в своей работе. Этими факторами выступают правительство, потребители, экономические условия и т.д. [3]

Внешняя среда по отношению к организации является объективной средой, а состояние внешней среды имеет ключевое значение для бизнеса. Внешняя среда существует независимо от деятельности предприятия, но необходимость ее учета обязательна в деятельности предприятия. При правильном учете влияния внешнего окружения, уменьшится зависимость результатов деятельности и эффективность работы предприятия.

Внешняя среда и ее факторы, возникающие в окружающей среде[2], оказывают или могут оказать воздействие на деятельность предприятия, независимо от деятельности какой-либо определенной фирмы, но которые поэтому и требуют принятия важных и правильных управленческих решений. Впрочем, все эти факторы и оценка их влияния и воздействия на хозяйственную деятельность разные для каждой фирмы.

Анализ внешней среды предприятия [5] – это оценка состояния и возможностей дальнейшего развития субъектов организации и факторов окружающей среды – рынки, отрасли, поставщики, а также более глобальные факторы внешней среды, на влияние которых предприятие не может воздействовать. Анализ проводится для того, чтобы получить данные о факторах, которые представляют наибольшую опасность, или же наоборот, предлагают новые возможности. Руководство предприятия должно сравнить положение фирмы и

внешние условия: есть ли силы у предприятия воспользоваться этими возможностями, и проработать слабости, которые в дальнейшем способны осложнить проблемы.

В связи со своей постоянной изменчивостью внешняя среда является областью постоянного беспокойства для предприятий. В анализе внешней среды изучаются все аспекты, которые оказывают непосредственное воздействие на результаты деятельности предприятия. К аспектам внешней среды относятся: жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость проникновения на рынок; уровень конкуренции, доходы населения, демографические условия, и многое другое.

Управленческим обследованием называется метод, который используется для диагностики проблем[11]. Управленческое обследование это методичная оценка различных функциональных зон предприятия. Данная оценка предназначена для выявления её сильных и слабых сторон. Управленческое обследование состоит из пяти функций: 1) финансы; 2) маркетинг; 3) производство; 4) человеческие ресурсы; 5) образ корпораций. Существует множество методов анализа внешней среды предприятия.

Для получения ясной оценки сил предприятия и прогнозирования ситуации на рынке, существует SWOT-анализ[12]. SWOT-анализ позволяет определить сильные и слабые стороны предприятия. Предусмотреть возможности и угрозы, которые исходят из окружающей предприятие внешней среды. Преимущества организации – это сильные стороны (Strengths); а недостатки организации – это слабые стороны (Weaknesses); факторы внешней среды, при использовании которых могут быть созданы преимущества организации на рынке это —

Возможности (Opportunities); факторы же, имеющие потенциальную возможность ухудшить положение организации на рынке, это -Угрозы (Threats).

Для того чтобы качественно провести данный анализ, необходимо придерживаться следующего алгоритма:

1. Выявление основного направления развития предприятия[15]
2. Провести оценку силы и рыночной ситуации, для определения возможности движения в указанном направлении, для этого сделать (SWOT-анализ)[1];
3. Для определения реальных возможностей, поставить перед предприятием стратегические цели[16].

Проведение данного анализа состоит из заполнения матрицы. Где в соответствующих ячейках нужно отобразить как сильные, так и слабые стороны предприятия, оценить рыночные возможности и угрозы. То, что предоставляет предприятию дополнительные возможности, особенность предприятия – это так называемые сильные стороны, то есть то, в чем предприятие наиболее преуспело. Козырем может быть опыт, обладание уникальными ресурсами, наличие современных технологий и передового оборудования, высококвалифицированный персонал, высокое качество продукции, популярность торговой марки. Слабыми сторонами является недостаток важных для функционирования аспектов, то, чего не получается достичь в сравнении с предприятиями-конкурентами, и следовательно оставляет предприятие в невыгодном положении. Например, плохая репутация предприятия, узкий ассортимент продукции, недостаток ресурсов, недостаточный уровень сервиса.

Рыночные возможности показывают благоприятные обстоятельства[13], используя которые, предприятие может получить преимущество. К таким обстоятельствам можно отнести ухудшение дел конкурентов, рост спроса на продукцию, введение современных технологий в производство, увеличение доходов населения. Возможности — это только то, что можно использовать, а не всё что существует на рынке.

Рыночные угрозы — события, которые могут неблагоприятно воздействовать на деятельность предприятия. К ним можно отнести новых конкурентов, увеличение налогов, снижение спроса. На разные предприятия один и тот же фактор может влиять по-разному, может оказаться угрозой, а может, напротив, возможностью. Для знаменитого и дорогого салона красоты, снижение уровня доходов населения является угрозой, а для небольшой парикмахерской это станет возможностью, так как люди с меньшими доходами выберут сервис дешевле.

Действие 1. Определение слабых и сильных сторон предприятия[14]. Первым делом необходимо составить список характеристик, по которым будет оцениваться предприятие. Далее, по каждой характеристике определить, что для предприятия слабая, а что сильная стороны. Из получившегося списка выбрать важные слабые и сильные стороны предприятия и отобразить их в матрице.

Действие 2. Определение рыночных угроз и возможностей[6]. Этот этап позволяет оценить внешнюю среду предприятия. Методология на данном этапе точно такая же, как на предыдущем.

Действие 3. Соотнесение слабых и сильных сторон предприятия[10] с рыночными возможностями и угрозами.

Усовершенствованная модель SWOT-анализа называется SNW – анализ. Strengths — сильные стороны, Neutrals — нейтральные стороны, Weaknesses — слабые стороны. SNW-анализ обращает свое внимание на среднерыночное состояние (N), в отличие от анализа сильных и слабых сторон по матрице SWOT. Главной причиной рассмотрения среднерыночного состояния является победа в конкурентной борьбе предприятия, которое относительно всех своих конкурентов по всем характеристикам, кроме одной ключевой, находится в среднерыночном состоянии, и только одна характеристика является сильной стороной предприятия.

PEST – анализ используется для того, чтобы проанализировать макросреду[7]. Он основывается на исследовании политических, экономических, социальных и технологических факторах. Существует две вариации этого анализа: STEP- и PEST — анализ. Вариант STEP-анализа используется в странах, где отмечается стабильная политическая система и развитая экономика. Главным образом учитываются технологические и социальные факторы[4]. Для анализа макросреды стран, где слаборазвитая экономика, либо экономика переживает переходный период, используется вариант PEST-анализа, где главным образом учитываются политические и экономические факторы.

При выборе какого-либо варианта данного анализа[8] основанием является приоритетность учета тех или иных групп факторов с точки зрения возможного влияния и стабильности факторов для наблюдения. Любой вариант данного анализа помогает выявить политические, экономические, социальные и технологические факторы. Однако, при проведении этого анализа необходим системный стратегический анализ каждого из четырех основных фактора, так как они все тесно взаимосвязаны.

Предприятие анализирует внешнюю среду, для того чтобы обеспечить свое успешное продвижение к намеченным целям[9], выработать стратегию деятельности, которая обеспечит ей наиболее благоприятное сосуществование. Анализ внешней среды является важным инструментом, который помогает руководству предприятия разработать систему мониторинга за важнейшими внешними ресурсами и процессами, осуществить мероприятия для снижения рисков, возможность влияния на действия, как конкурентов и поставщиков, так и на спрос потребителей. У предприятия не имеется возможности контролировать внешнюю среду, однако оно может эффективно адаптироваться к ней, следить за изменениями, происходящими в ней, прогнозировать эти изменения и своевременно на них реагировать.

Библиографический список

1. Алексеев С.И. Исследование систем управления: Учебное пособие. - М.: МЭСИ, 2011. – 128 с.
2. Болотов С. Развитие управления - фактор обновления. Сыктывкар, 1991. – 188 с.
3. Вигман С.Л. Стратегическое управление: учеб. Пособие. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2010. – 296 с.
4. Воронин Б.А., Светлаков А.Г., Шарапова В.М. Программно-целевой метод управления сельским хозяйством как фактор конкурентоспособности // Аграрный вестник Урала. 2012. № 5 (97). С. 91-94.
5. Воронин Б.А., Воронина Я.В., Багрецов Н.Д., Донник И.М., Кот Е.М., Лоретц О.Г., Набоков В.И., Некрасов К.В., Пустуев А.Л., Рущицкая О.А., Семин А.Н., Чупина И.П., Шарапова В.М., Хмельницкая З.Б. Теоретические проблемы

экономики, управления, маркетинга /Екатеринбург, 2016.

6. Горбенко Л.И. Анализ внутренней и внешней среды. Комплексный подход // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия Экономика, 2008. – 312 с.

7. Карлоф Б. Деловая стратегия. М., 1991. С. 138-139

8. Носкова Н.С., Шарапова В.М. Анализ факторов дальнего окружения (PEST-анализ) для фирмы ООО «Натиру»// Молодежь и наука. 2017. № 1. С. 90.

9. Стахеев Д.Э., Шарапова В.М. Анализ рынка: анализ конкуренции на рынке // Молодежь и наука. 2016. № 11. С. 56.

10. Труш Е.В., Шарапова В.М. Внешний анализ конкурентов организации // Экономические исследования и разработки. 2017. № 2. С. 51-55.

11. Шарапова Н.В., Шарапова В.М. Стратегическое планирование и разработка стратегических программ развития АПК //Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 9-3 (25). С. 295-299.

12. Шарапова В.М. Семь нот агромаркетинга //Известия Международной академии аграрного образования. 2015. № S25. С. 386-391.

13. Шарапова В.М., Ялухина А.А. Особенности анализа финансовой устойчивости предприятий / В сборнике: Управление государственным сектором экономики: технологии и инструменты Материалы второй Всероссийской научно-практической конференции. 2005. С. 411-413.

14. Шарапова Н.В., Сёмин А.Н. Финансовый анализ: способ выявления сильных и слабых сторон предприятия /В сборнике: Вклад молодых ученых-аспирантов в решение актуальных проблем АПК Урала Научно-практическая конференция. 2005. С. 41-47.

15. Шарапова Н.В., Борисов И.А., Лагутина Е.Е. Стратегический анализ, или с чего начать?//Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-1(81-1). С. 634-637.

16. Шарапова Н.В., Борисов И.А., Шарапова В.М. Технология формирования потребительского спроса на микроуровне // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-1 (77-1). С. 1158-1161.

17. Ялухина А.А., Шарапова В.М. Роль анализа в конкурентоспособности предприятия / В сборнике: Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире. Материалы IX Всероссийского форума молодых ученых и студентов. Ответственный за выпуск В.П. Иваницкий. 2006. С. 290-291.

УДК 33

Арутюнов Ю.А., Архипов И.П., Глинских В.А., Рудой А.А., Чашин Е.А.
Необходимость разработки технологий бизнес-планирования
инновационных проектов

The necessity to develop technology business planning innovative projects

Арутюнов Ю.А.,

Кандидат физико-математических наук, Ведущий научный сотрудник ФГБУ ФНКЦСМ ФМБА РОССИИ

Архипов И.П.,

Кандидат технических наук, Доцент Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Московской области «Ногинский колледж»

Глинских В.А.,

Магистр, директор ООО «НоваАрт»

Рудой А.А.,

Кандидат экономических наук, Коммерческий директор
ОАО «НЕЧЕРНОЗЕМПРОЕКТТЕХЦЕНТР»

Чашин Е.А.

Кандидат технических наук, доцент, Заведующий кафедрой «Электротехника» ФГБОУ ВО «Ковровская государственная технологическая академия им. В.А. Дегтярева» (г. Ковров)

Arutyunov Yu.A.,

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Leading Researcher of FGBU FNKTSSM FMBA of RUSSIA

Arkhipov I.P.,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the State Budget Professional Educational Institution of the Moscow Region "Noginsk College"

Glinsky V.A.,

Master of Science, Director of NovaArt LLC

Rudoy A.A.,

Candidate of economic sciences, Commercial Director of JSC "NECHERNOZEMPROEKTEKhtSENTR"

Chashchin E.A.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of the Department "Electrical Engineering" FGBOU VO "Kovrov State Technological Academy. V.A. Degtyaryov" (Kovrov)

Аннотация: В статье проведён анализ технологий бизнес-планирования на предприятиях. Обоснована необходимость разработки технологии бизнес-планирование инновационных проектов. На основе критического анализа наиболее распространенных технологий бизнес - планирование выделены главные аспекты бизнес-планов инновационных проектов. Проведена сравнительная характеристика бизнес-планов инвестиционных и инновационных проектов.

Ключевые слова: бизнес-план, технология, проект, инновации, анализ, спрос и предложение.

Abstract: In the article the analysis of technology business planning at the enterprises. The necessity of developing technology business planning innovative projects. On the basis of a critical analysis of the most common technologies business planning highlighted the main aspects of business plans of innovative projects. The comparative analysis of business plans of investment and innovation projects.

Keywords: business plan, technology, design, innovation, analysis, supply and demand.

Постановка проблемы. Инновационные проекты по сравнению с другими инвестиционными проектами характеризуются повышенным уровнем риска. Причинами высокого уровня рисков является то, что аналитики предприятий не способны прогнозировать реакцию рынка на инновацию, поскольку отсутствуют ретроспективные данные для моделирования будущего развития событий относительно продукта, который является абсолютно новым для потребителей. Учитывая это условием создания и реализации инновационных проектов является обоснования их окупаемости и доходности в определенный период времени. Такое обоснование, как правило, приводится в бизнес-планах. Большинство технологий бизнес-планирования имеет универсальный характер. Они не учитывают специфики отдельных видов инвестиционных проектов. Проблема бизнес-планирования инновационных проектов заключается в том, что до сих пор отсутствуют специально разработанные технологии бизнес-планирования, которые бы позволяли адекватно аргументировать экономическую эффективность вложения средств в инновации с учетом тех факторов, которые отличают инновационные проекты от всех других инвестиционных проектов.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ действующих стандартов бизнес-планирования [2-3], научно-методических работ [5,4,6], а также других источников [1,7] позволяет утверждать, что для реализации инновационных проектов отсутствуют специальные технологии бизнес-планирования. Как

следствие, стандартные технологии адаптируются к конкретным условиям инициаторами инновационных проектов на основе собственного опыта, взглядов, убеждений. Это в основном является причиной субъективизма бизнес-планирования инновационных проектов.

Целью статьи является анализ преимуществ и недостатков существующих технологий бизнес-планирования на предмет их приемлемости для обоснования эффективности вложения средств в инновационные проекты.

Изложение основного материала. Понятие технологии бизнес-планирования инновационных проектов предусматривает процесс подготовки экономических, финансовых и правовых решений по созданию, развитию или изменению содержания деятельности предприятия. Технологии бизнес-планирования охватывают предприятия в целом либо его часть. Они составляются не на продолжение обычной текущей деятельности, а на что-либо новое, требующее дополнительных затрат. Цель технологии бизнес-планирования инновационных проектов заключается в том, чтобы определить, оценить и обосновать необходимость или целесообразность осуществления мероприятий по совершенствованию продукции, технологии или организации производства на действующих предприятиях, создания и развития нового предприятия и его эффективности, разработать планы реализации инновационных решений.

Технологии бизнес-планирования отличаются уровнем детализации и перечнем показателей, используемых для обоснования экономических выгод от реализации бизнес идей. Анализ технологий бизнес-планирования на промышленных предприятиях показал, что большинство из них базируется на стандартах ЮНИДО, ЕБРР, KPMG, BFM Group, а также Master Plans, TACIS.

Первым этапом технологии ЮНИДО является подготовка резюме. Этот раздел, как известно, является презентационной частью основных положений бизнес-плана. Его назначением является раскрытие логики экономической выгоды реализации, определенной бизнес идеи. Согласно методики ЮНИДО резюме должно кратко отражать все составляющие бизнес-плана. На отличие от резюме другие этапы технологии бизнес-планирования является не совокупностью обобщенных данных, а аналитической информацией, назначением которой является аргументировать ключевые аспекты бизнес-плана. Так, если в резюме сущность бизнес-идеи может быть раскрыта одним или несколькими предложениями, например, строительство завода, то на втором этапе приведенной технологии «Формулировка идеи предлагаемого проекта» необходимо привести информацию о номенклатуре и ассортимент продукции или услуг, которые намерен производить (предоставлять) предприятие, их объем, производственные мощности предприятия, место расположения предприятия, особенности материально-технического обеспечения производства, график реализации проекта. Стандарт ЮНИДО требует также, чтобы в этом разделе лаконично формулировалась цель реализации бизнес-идеи, а также чтобы было адекватно определено основателей проекта реализации бизнес-идеи, их адреса, распределение ответственности за различные этапы реализации проекта. Важной составляющей этого этапа является описание истории возникновения бизнес-идеи. Здесь должна быть раскрыта информация о авторах бизнес-идеи и ее заказчиков, а также о факте защиты прав интеллектуальной собственности на идею, проведены экспертизы о пригодности идеи до ее практической реализации. История возникновения бизнес-идеи должен давать ответ на вопрос, почему именно сегодня возникла необходимость реализовывать проект. На этом же этапе бизнес- планирования необходимо четко

определить объем затрат, связанных с преобразованием бизнес-идеи в проект, готовый к практическому внедрению.

Следующим этапом технологии бизнес-планирования является оценка рынков сбыта продукции (услуг). В этом разделе даются расчеты, предназначенные для обоснования значений показателей, приведенных в предыдущем разделе. Емкость рынка является показателем, значение которого свидетельствует о необходимых производственных мощностях, нужен объем инвестиций, потребность в географической диверсификации производственных подразделений и тому подобное. Емкость рынка в значительной степени определяет также логистическая модель предприятия.

Оценка рынков сбыта продукции (услуг) обычно происходит в двух направлениях: идентификации фактического объема рынка, а также определение потенциальной емкости рынка. Именно потенциальная емкость рынка является исходной точкой для планирования объемов производства и реализации продукции (услуг).

По стандартам ЮНИДО потенциальную емкость рынка определяют по оптимистическому и пессимистическому сценариям, и хотя для обоснования основных проектных показателей компромиссный, усредненный вариант оценивания является достаточно приемлемым, инвесторы часто требуют, чтобы базой для расчета проектных показателей стали пессимистические оценки потенциальной емкости рынка. Целесообразно отметить также то, что технология бизнес-планирования должно предусматривать применение различных альтернативных методов прогнозирования. Это способствует обоснованности

построенных прогнозов, снижает риск возникновения механических ошибок, устраняет вероятность обвинения авторов проекта в субъективизме оценок.

На этом этапе технологии бизнес-планирования, кроме вышеприведенного, осуществляющих структурирование фактического текущего спроса на продукцию (услуги) в разрезе сегментов рынка, идентификации целевых рынков, установления уровня конкуренции и определение основных конкурентов, прогнозирование динамики изменения спроса на продукцию (услуги) и способы проникновения продукции конкурентов на рынки.

По результатам оценки рынка сбыта происходит планирование маркетинга. Этот этап технологии бизнес-планирования состоит из двух частей. Одна из них посвящена раскрытию сущности стратегии маркетинга, другая – тактическому планированию маркетинга.

Стандарты ЮНИДО требуют, чтобы избрание определенной стратегии маркетинга было обоснованным, то есть разработчики бизнес-плана должны привести конкретные преимущества выбранной стратегии по сравнению с другими стратегиями. Раскрытие ее сущности должно давать ответы на такие вопросы: как будет меняться ассортимент продукции в долгосрочной перспективе; каким будет диапазон цен на продукцию; какие рекламные мероприятия будут реализовываться до и во время выполнения производственной программы? Относительно тактики маркетинга, то очевидно, что в бизнес-плане она не может быть описанной до уровня готовых оперативных решений, поскольку такой уровень детализации возможен только с учетом на те обстоятельства, которые складываются в реальной действительности под влиянием взаимодействия факторов внутренней и внешней

сред предприятия. Здесь тактическое планирование является комплексом моделей реагирования предприятия на изменение рыночной конъюнктуры.

Назначением этих моделей является обеспечение возможности альтернативности поведения предприятия-производителя.

Производственная программа состоит из двух разделов: плана производства продукции в натуральном (условно-натуральном) выражении и плана производства в стоимостном выражении. В основу разработки производственной программы должна быть положена реальная потребность в конкретной продукции [14; 6; 7]. По результатам планирования производства происходит планирование организационных мероприятий, связанных с реализацией бизнес-идеи. Этот этап технологии бизнес-планирования может охватывать комплекс мероприятий по преобразованию предприятия с одной организационно-правовой формы в другую, создания новой или реорганизации существующей организационной структуры управления предприятием, распределение функций и полномочий между подразделениями предприятия и конкретными работниками, определение способов подбора бизнес-партнеров и описание мероприятий, которые необходимо провести для налаживания деловых отношений с ними, подготовку предприятия к дополнительной эмиссии акций или долговых ценных бумаг. На этом же этапе составляется план кадрового обеспечения предприятия и построения аппарата управления, или описание существующего аппарата управления и характеристика имеющегося состава работников.

Завершающим этапом технологии бизнес-планирования является финансовое планирование и финансовый анализ. Он охватывает построение стратегии финансирования проекта реализации бизнес-идеи, составление плана доходов и

расходов, построение плана положительных и отрицательных денежных потоков, формирование плана активов и пассивов, построение графика безубыточности, оценка рисков и предвидение возможных путей их ликвидации или минимизации. Конечной целью этого этапа технологии является приведение аргументов на пользу того, что проект реализации бизнес-идеи обеспечит ожидаемые экономические выгоды.

Одной из самых распространенных является также технология бизнес-планирования в соответствии с стандартом ЕБРР [8]. Учитывая то, что ЕБРР был создан для содействия в промышленном и торговом развитии стран Центральной Европы и Центральной Азии, то практически все проекты, которые реализуются, имеют международный характер, они предусматривают привлечение иностранных инвестиций и кредитов. Очевидно, что имущественные и гражданские отношения, которые возникают между участниками реализуемых проектов под эгидой ЕБРР, сопровождающихся экономическими, политическими, правовыми и другими рисками[9].

Согласно стандартам ЕБРР следующий этап технологии бизнес-планирования такой же, как и в стандарте ЮНИДО, а именно – подготовка резюме. Правда, руководствуясь этим стандартом, наполнение резюме бизнес-плана несколько другое. Разница заключается в том, что за стандартом ЕБРР в резюме больше внимания уделяется маркетингу, в частности описанию рынка, его сегментированию, конкретизации целевых потребителей, раскрытию особенностей географии рынка. Характерной особенностью резюме, подготовленного согласно стандартам ЕБРР, является также то, что в нем уделяется внимание инновационности предлагаемого продукта, учитывая технологии его создания,

особенностям проведения необходимых НИОКР на прединвестиционной стадии реализации проекта.

Очередным этапом технологии бизнес-планирования согласно стандарту ЕБРР является анализ предприятия, на котором планируется реализовать проект. Как видим, хотя стандарт ЮНИДО также предусматривает раскрытие информации о предприятии, однако на этом аспекте формирования бизнес-плана ЮНИДО не акцентирует внимания. С одной стороны, это хорошо, поскольку ЮНИДО рассматривает проект через призму изучения рынка, установления вида продукции, которым можно заполнить определенную нишу, определение необходимых производственных мощностей и установление объема инвестиций, которые необходимы для реализации бизнес идеи[12].

На этапе анализа предприятия-реципиента конкретизируются сведения о собственниках предприятия, историю его развития, текущее финансовое состояние, наличие и состояние кредиторской задолженности, место предприятия на рынке по объемам реализации. Здесь также приводятся данные о технологических процессах предприятия и связи между ними.

После этапа анализа предприятия технологии бизнес-планирования по стандартам ЕБРР предусмотрено этап формирования идеи предлагаемого проекта. По сравнению со стандартом ЮНИДО, где также предусмотрен такой этап в бизнес-плане, подготовленном по стандарту ЕБРР, сущность предлагаемой идеи раскрывается как совокупность последовательно реализуемых операций, базирующихся на производственной программе предприятия и финансовом планировании, а также комплексе аргументов в пользу того, что имеющиеся рыночные возможности и уровень конкуренции неопровержимо свидетельствуют о

том, что осуществленные инвестиции в проект обеспечат ожидаемую прибыль[10]. Завершающим этапом технологии бизнес-планирования согласно стандартам ЕБРР является составление плана получения и использования кредитов.

Как видим, в отличие от стандарта ЮНИДО, где этот план является элементом финансового планирование, в стандарте ЕБРР он максимально конкретизирован. Прежде всего причина в том, что кредитование является основной функцией ЕБРР. Практически 100% проектов, которые реализуемых при участии этой организации, предусматривают использование предприятиями-реципиентами кредитов ЕБРР и других кредиторов. Поэтому именно на кредитных рисках акцентируется внимание в стандарте ЕБРР. План получения и использования кредитов в бизнес планах проектов, подготовленные по стандарту ЕБРР, является инструментом контроля заемщиков и избежание вероятности нецелевого использования ресурсов, нарушение расчетной дисциплины и тому подобное.

Обычно план получения и использования кредитов содержит такую информацию [13]:

- графики получения и погашения кредитов; формы гарантирования кредитов;
- виды оборудования и виды работ, которые будут финансироваться за счет полученных кредитов;
- результаты проведения SWOT-анализа;
- риски, связанные с реализацией проекта, и описание мер, которые будут реализованы для их снижения или ликвидации.

К распространенным технологиям бизнес-планирования относится также технология, по стандарту KPMG. Компания KPMG предоставляет аудиторские и консультационные услуги по налоговым и финансовым вопросам клиентам, среди которых крупнейшие украинские и международные компании, а также ряд неправительственных организаций и финансовых институтов.

Технология бизнес-планирования, разработанная компанией KPMG, стала стандартом, поскольку KPMG предложила на рынок программный продукт «Интерактивная бизнес- модель предприятия», который является электронным документом в формате MS Excel. Этот продукт делает возможным при формировании бизнес-плана в любом формате разрабатывать интерактивную бизнес-модель предприятия, которая является инструментом финансового анализа и источником получения необходимых финансовых показателей [11; 12].

Одной из альтернатив при построении бизнес-планов является использование стандарта MasterPlans. Компания Master Plans Experts является всемирно известной организацией, которая предоставляет услуги по бизнес-планированию. И хотя при рекламировании своих услуг компания акцентирует внимание на том, что предлагаемые им бизнес-планы учитывают все индивидуальные особенности клиентов, следует признать, что технология их разработки, достаточно высоко формализованная для кредитных, экологических и других проектов. Причинами этого является, с одной стороны, приобретенный компанией опыт в бизнес-планировании, типологизации бизнес-идей, а с другой стороны – то, что компания Master Plans Experts так же, как и компания KPMG, взяла за основу при бизнес-планировании технологию ЮНИДО. Логичность этапов этой технологии трудно поставить под сомнение. Бизнес-план, построен по стандарту MasterPlans, хорошо

структурированный. Пользователь такого бизнес-плана последовательно, на основе дедуктивного метода, получает аргументы о экономической целесообразность и реалистичность реализации бизнес-идеи. Относительно недостатков применение этой технологии бизнес-планирования, то целесообразно выделить то, что она ориентирована на реализацию бизнес-идей, которые предусматривают производство продуктов и технологий, которые являются инновациями для предприятия, а не для рынка.

Альтернативой этой технологии является технология бизнес-планирования в соответствии с стандартом BFM Group. BFM Group Inc. – объединение нескольких компаний, которые специализируются на разработке креативных стратегий развития бизнеса и исследования рынка. При участии BFM Group Inc. реализованы сотни успешных инвестиционных проектов в всем мире. Приобретенный опыт и широкая сеть представительств превратили используемую компанией технологию бизнес-планирования на один из самых распространенных стандартов.

По сравнению с технологиями бизнес-господства на началах применения стандартов ЮНИДО, ЕБРР, KPMG, MasterPlans эта технология наиболее детализированная. В ней отдельно уделяется внимание открытию предприятием внешнеэкономической деятельности, что является важным для проектов, реализация которых выходит за пределы национальных рынков, в частности с точки зрения учета расходов на приобретение лицензий, необходимость уплаты ввозных пошлин, предупреждения возможных правовых конфликтов с зарубежными бизнес- партнерами и тому подобное. Для проектов, предусматривающих внедрение продуктов, которые являются инновацией для рынка, приемлемой является технология бизнес-планирования, которая базируется на стандарте TACIS

[13]. Несмотря на определенную простоту этой технологии по сравнению с вышеприведенными, целесообразно признать, что она ориентирована именно на выполнение инновационных проектов. Так, первый этап технологии посвящен раскрытию предыстории необходимости реализации инноваций.

На втором этапе акцентируется внимание на инновационности предлагаемого продукта. Третий этап дает представление о потенциальных рынках и ожидаемый уровень спроса на инновационный продукт. Аргументация выбранной модели управления проектом реализации бизнес-идеи происходит на четвертом этапе. Завершается технология бизнес-планирования и обоснованием объема необходимых инвестиций, и финансовым планированием, в частности объема доходов, расходов, активов, пассивов и тому подобное. Недостатком этой технологии является то, что в ней не отражено производственной программы предприятия, а также плана материально-технического обеспечения ее выполнения. Как следствие, непрозрачной является информация о производственной мощности, необходимой для реализации проекта, график их внедрения и эксплуатации. Кроме того, технология бизнес-планирования согласно стандарту, TACIS не конкретизирует, какая часть проекта будет финансироваться за счет собственных средств предприятия, а какая за счет кредитов.

Таким образом, на основе критического анализа наиболее распространенных технологий бизнес - планирование выделим те аспекты бизнес-планов инновационных проектов, которые не учитывают бизнес-планы обычных инвестиционных проектов (табл. 1).

Таблица 1

**Сравнительная характеристика бизнес-планов инвестиционных и
инновационных проектов**

Информация, которая обычно приводится в бизнес-планах всех инвестиционных проектов	Информация, которую необходимо приводить в бизнес-планах инновационных проектов
– резюме; – идея проекта; – оценка рынка сбыта; – планирование маркетинга; – планирование производства; – планирование организационных мероприятий реализации инвестиционного проекта; – финансовое планирование и финансовый анализ реализации инвестиционного проекта.	– обоснование объема реализации инновационной продукции на основе анализа скорости диффузии инноваций среди предприятий-производителей и потребителей инновационной продукции; – доведение реалистичности реализации инновационного проекта на основе предвидения путей нивелирования законодательных отличий защиты прав интеллектуальной собственности в стране производства и в странах, куда планируется экспортировать инновационную продукцию; – предвидение вариативности окупаемости вложенных в инновационный проект средств при условии использования монопольного и конкурентного ценообразования; – аргументация путей диверсификации источников финансирования инновационного проекта, в частности диверсификации банковского кредитования.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, кроме стандартных позиций, которые отражаются в бизнес-планах всех инвестиционных проектов, в бизнес-планах реализации инновационных проектов необходимо отражать следующее:

- скорость диффузии инноваций среди предприятий-производителей и потребителей инновационной продукции;
- законодательные различия защиты прав интеллектуальной собственности в странах, куда планируется экспортировать инновационную продукцию;
- вариативность окупаемости вложенных в инновационный проект средств при условии использования монопольного и конкурентного ценообразования;
- уровень диверсификации источников финансирования инновационного проекта, в частности диверсификации банковского кредитования.

Несмотря на то что некоторые из проанализированных технологий бизнес-планирования для реализации инновационных проектов имеют определенные преимущества по сравнению с другими, общими их недостатками являются следующие:

- во время реализации инновационных проектов невозможно воспользоваться ретроспективными данными, особенно когда речь идет о продукте или технологии, которая является инновацией для рынка, а не для предприятия, поскольку инновационные продукты не имеют аналогов, то вероятность точности оценки емкости рынка и уровня спроса является чрезвычайно низкой. Главной причиной этого является отсутствие источников получения информации о том, как могут отреагировать потребители на инновационный продукт;

- существующие технологии бизнес-планирования не учитывают того, что предпосылкой успешности реализации инновационных проектов является защита прав интеллектуальной собственности на продукт или технологию, адекватность механизма финансирования проекта, а также распределения прибылей или убытков от его реализации. На основании учета этих недостатков дальнейшие исследования необходимо проводить в направлении разработки такой технологии бизнес-планирования инновационных проектов, которая бы обеспечивала осведомленность потенциальных реализаторов проекта о вероятности доходности проекта, безопасность его выполнения, адаптивность к изменениям рыночной конъюнктуры.

Библиографический список

1. Арутюнов Ю.А., Шаранин А.С. Развитие диктует перемены. Инновационное развитие как экономическая категория. // Креативная экономика. 2011. № 2. С. 15-19.
2. Инновационная политика: учебник / Л.П. Гончаренко, Ю.А. Арутюнов. — Москва: КноРус, 2011. — 350 с. — ISBN 978-5-406-04569-5.
3. Инновационная политика: учебник / Л.П. Гончаренко, Ю.А. Арутюнов. — Москва: КноРус, 2012. — 350 с. — ISBN 978-5-406-04569-5.
4. Инновационная политика : учебник для бакалавриата и магистратуры / Гончаренко, Л. П., Арутюнов, Ю. А., Филин, С.А., Кузнецов, Б.Т., Сидорова, В. Н., Шляев А.Е., Фатьянова И.Р., Панарина С.Ю. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 502 с.

5. Истина в цене. Ценообразование на инновационную продукцию// "Креативная экономика"- 2009. - № 9. С. 109-115.
6. Литвин А.Т. Бизнес-план как основа успешной предпринимательской деятельности/ А.Т. Литвин // Педагогика. – 2002. – № 8. – С. 75-81.
7. МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ Арутюнов Ю., Архипов И., Барыкин А. Предпринимательство. 2006. № 6. С. 137-139.
8. Подик С.М. Бизнес-план / С.М. Подик, А.С. Подик. – К. : ФАДА, ЛТД, 2010. – 255 с.
9. Разработка производственной программы предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.paragononstate.com>.
10. Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bfm-ua.com/index/0-23.
11. Стандарты бизнес-планов ЮНИДО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.probp.ru/publish/standard1.php.
12. The European Bank for Reconstruction and Development: official website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebrd.com>.
13. KPMG: official website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kpmg.com>.
14. TACIS. Как разработать бизнес-план [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventica.ru>.

УДК 330.01

Макеева Е.Д. Анализ факторов внутренней и внешней среды
предприятия

Analysis of factors internal and external environment of the enterprise

Макеева Екатерина Дмитриевна

магистрант Уральского государственного аграрного университета

Makeeva Ekaterina Dmitrievna

Master of Urals State Agrarian University

Аннотация: Каждая организация существует и функционирует в среде. Поэтому для того чтобы составить стратегию предприятия и привести данную стратегию в действие необходимо тщательно изучить отрасль, к которой относится предприятие, чтобы выявить возможные угрозы, а так же изучить и подготовить внутренние факторы к конкурентной борьбе.

Ключевые слова: анализ, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, стратегия.

Abstract: Each organization exists and functions in the environment. So in order to make a enterprise strategy and bring this strategy into action it is necessary to carefully study the industry to which the enterprise is to identify possible threats and to study and to prepare internal factors for competition.

Keywords: analysis, environmental factors, factors of internal environment, strategy.

В каждой отрасли, сформирована своя конкурентная среда. Поэтому для того чтобы обеспечить организации высокую конкурентоспособность необходимо выработать эффективную стратегию. Для этого нужно провести анализ отрасли и существующих конкурентов, другими словами анализ внешней среды организации. Так же необходимо дать оценку своему предложению на рынке, т.е. ликвидность предлагаемых товаров или услуг. Будет ли ваш товар востребованным, или рынок уже переполнен аналогичными предложениями? Возможно, в данной отрасли сейчас спад, и стоит изменить направление предприятия. Если же услуги или товар

востребованы и могут быть конкурентоспособными, то далее нужно дать оценку предложениям конкурентов и выработать свое. На чем сделать акцент? Качество? Низкая цена и большие обороты? Или наоборот сделать высокую маржу? Здесь нужно опираться на опыт конкурентов и конечно по возможности вводить инновации в бизнес. Самым главным основанием для выработки стратегии, то на что необходимо опираться при принятии стратегических решений — это внешние факторы, которые могут повлиять на работу и даже существование организации.

Анализ внешней среды это оценка состояния и перспектив развития субъектов и факторов окружающей среды, важнейших, по мнению организации, те, на которые организация не может оказывать непосредственное влияние: рынки отрасли, поставщики и другие глобальные факторы внешней среды.

Для проведения анализа необходимо:

- Определить сферу и основное направление предприятия;
- Проанализировать силы и дать оценку рыночной ситуации, для определения, возможности движения в указанном направлении и способы движения;

Критерии для анализа внешней среды предприятия:

1. Политические факторы (общая политическая ситуация в стране, законы, политическая стабильность),
2. Экономические факторы (курс валют, инфляция, стоимость капитала, уровень дохода населения, налоги, общая динамика развития экономики),
3. Социальные факторы (демографическая ситуация, уровень занятости населения, особенности менталитета, вкусы и предпочтения),

4. Фактор спроса (необходимо оценить объемы рынка, динамику его развития),
5. Фактор конкуренции (плотность рынка, количество основных конкурентов),
6. Технологические факторы (уровень развития науки, отраслевые технологии, инновации),
7. Природно-экологические факторы (климатическая зона, экология).

Изучив и проанализировав все факторы, полученные данные заносятся в swot-матрицу. Таблица поможет составить список угроз и возможностей для предприятия.

После проведения анализа внешней среды и получив данные о возможных угрозах и наоборот новых возможностях для организации, необходимо провести анализ внутренней среды, чтобы можно было обоснованно дать оценку внутренним силам организации и выявить слабые стороны.

Менеджеру фирмы необходима информация о внутренней среде, для определения внутреннего потенциала, благодаря которому фирма сможет достичь поставленных целей. Так же анализ внутренней среды позволяет раскрыть цели и задачи организации. Внутренняя среда организации – это факторы внутри организации, которые могут редактироваться и изменяться менеджером компании в зависимости от факторов внешней среды организации. Пластичность этих факторов позволяет поддерживать работу организации и делать ее успешной.

Чтобы провести анализ внутренних факторов необходимо: определить критерии, по которым будет оцениваться предприятие. После дать оценку каждому

критерию и отнести к положительным или отрицательным чертам предприятия. Занести полученные данные в swot-матрицу.

Анализ внутренней среды — это изучение структуры предприятия. Анализ проводится по основным критериям.

Критерии для анализа внутренней среды предприятия:

1. Организация (квалификация сотрудников, нацеленность на результат, взаимодействие отделов предприятия),
2. Производство (качество рабочего оборудования, качество выпускаемой продукции, себестоимость товара),
3. Финансы (прибыль, издержки, скорость оборота денежных средств, стабильность),
4. Инновации (частота внедрения инноваций, степень новизны, срок окупаемости вложенных средств),
5. Маркетинг (эффективность рекламы, известность марки, отклик потребителей, ассортимент, уровень цен, дополнительные услуги, обслуживание клиентов).

По сути, анализ внешней и внутренней среды – это выявление слабых и сильных сторон предприятия, а так же внешних угроз и возможностей для развития. Обладая полной информацией, менеджер компании способен на успешные управленческие решения.

Отсюда можно сделать вывод, что между внешней и внутренней средой предприятия существует тесная взаимосвязь. Внешние факторы предприятия, безусловно, оказывают влияние на внутреннюю структуру и на все предприятие в

целом. Только проведя анализ и внешней и внутренней среды предприятия, хорошо изучив все факторы и учтя все нюансы, можно выработать правильную конкурентоспособную стратегию с наименьшими рисками.

Библиографический список

1. Виханский О.С. Стратегическое управление. - М.: Гардарики, 1998.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учеб. - 3-е изд. - М.: Гардарики, 2000.
3. Вигман С.Л. Стратегическое управление: учеб. Пособие. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2010. – 296 с.
4. Воронин Б.А., Светлаков А.Г., Шарапова В.М. Программно-целевой метод управления сельским хозяйством как фактор конкурентоспособности // Аграрный вестник Урала. 2012. № 5 (97). С. 91-94.
5. Гончаров В.В. в поисках совершенства управления: Руководство для высшего персонала.- М.: МНИИПУ, 1996.
6. Земцов А.В. Менеджмент. - М.: «Издательство ПРИОР», 1999.
7. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2000
8. Носкова Н.С., Шарапова В.М. Анализ факторов дальнего окружения (PEST-анализ) для фирмы ООО «Натиру»// Молодежь и наука. 2017. № 1. С. 90.
9. Труш Е.В., Шарапова В.М. Внешний анализ конкурентов организации // Экономические исследования и разработки. 2017. № 2. С. 51-55.

10. Шарапова В.М. Семь нот агромаркетинга //Известия Международной академии аграрного образования. 2015. № S25. С. 386-391.
11. Шарапова Н.В., Сёмин А.Н. Финансовый анализ: способ выявления сильных и слабых сторон предприятия /В сборнике: Вклад молодых ученых-аспирантов в решение актуальных проблем АПК Урала Научно-практическая конференция. 2005. С. 41-47.
12. Шарапова Н.В., Борисов И.А., Лагутина Е.Е. Стратегический анализ, или с чего начать?//Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-1(81-1). С. 634-637.
13. Шарапова Н.В., Шарапова В.М. Стратегическое планирование и разработка стратегических программ развития АПК //Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2016. № 9-3(25). С. 295-299.
14. Шарапова Н.В., Борисов И.А., Шарапова В.М. Технология формирования потребительского спроса на микроуровне // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12-1 (77-1). С. 1158-1161.
15. Ялухина А.А., Шарапова В.М. Роль анализа в конкурентоспособности предприятия / В сборнике: Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире. Материалы IX Всероссийского форума молодых ученых и студентов. Ответственный за выпуск В.П. Иваницкий. 2006. С. 290-291.
16. Ялунина Е.Н. Комплексный подход в управлении экономическими системами // Экономика и предпринимательство. 2013. № 10 (39). С. 172-180.

Экономика предпринимательства

УДК 33

Сулима Е.П. Влияние государственного регулирования деятельности платежных систем на развитие предпринимательства в сфере оказания услуг по защите персональных данных

The influence of the payment system government regulation on a business development in the sphere of personal data security

Сулима Евгений Павлович

Управление специальной связи и информации Федеральной службы охраны Российской Федерации в
Сибирском федеральном округе, старший инженер

Sulima Evgeniy Pavlovich

Special Communication and Information Department of the Federal Security Service of the Russian Federation
in the Siberian Federal District, Senior Engineer

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению вопроса развития рынка услуг по защите конфиденциальной информации за счет государственного регулирования деятельности платежных систем, а также связанных с ними сервисов и возможностей. Автором выдвинуты предложения, реализация которых обеспечит дополнительный импульс развитию рынка услуг по защите информации.

Ключевые слова: информационное общество, платежная система, защита персональных данных, предпринимательство в области защиты информации.

Abstract: The article deals with an issue of developing the service market providing security of sensitive information by the payment system government regulation, its services and capacities. The author's proposals are sure to provide an additional impetus of developing the service market of information security.

Keywords: information society, payment system, personal data security, business in providing information security

В настоящее время отмечается тенденция развития информационного общества в России [20, 21, 22, 23, 24, 25], результатом которого является выход на первый план информации как продукта, обладающего всеми свойствами материального объекта [25]. Такое изменение роли информации в современном

обществе напрямую связано с развитием информационно-телекоммуникационной составляющей инфраструктуры общества, а именно строительством транспортных сетей связи, вводом в эксплуатацию огромного количества телекоммуникационного оборудования, разработкой и внедрением унифицированных протоколов передачи информации, а также проводимой политикой в обществе на интеграцию и взаимоувязывание систем передачи информации.

Как следствие происходящих изменений, включая расширение информационного пространства Интернета, курс страны на информатизацию общества, формирование и развитие цифровой экономики [7, 8, 9, 15, 17], в настоящее время автор отмечает наличие в современном обществе информационной среды как обособленного вида среды обитания его представителей [25].

В связи с высокими темпами роста аудитории сети «Интернет» и расширением спектра предоставляемых посредством него сервисов в настоящее время развивается электронная коммерция. Она обеспечивает удобство предоставления услуги, когда потребителю нет необходимости тратить свое время на посещение торговых точек и предприятий сферы услуг для получения материальных благ на возмездной основе, а также новые возможности, которые становятся доступны предпринимателям в данной области. К примеру, снижение издержек на содержание персонала торгового зала; аренду и/или содержание торговых площадей и выставочных стендов; размещение складских помещений в более удобных точках с точки зрения логистики и стоимости аренды и т.п.

В то же время развитие электронной коммерции и некоторые аспекты порядка ее осуществления породило и ряд проблем, в том числе и в области обеспечения защиты конфиденциальной информации потребителей (их персональных данных). Основными предпосылками возникновения проблем в области обеспечения защищенности персональных данных автор считает неполное выполнение требований существующих нормативно-правовых актов в области информационной безопасности [6, 13, 16, 22, 25], в том числе и по защите персональных данных, а также, несмотря на некоторые программы развития общества [15, 17], недостаточную правовую грамотность населения и общую неосведомленность в области применяемых средств и методов противоправной деятельности в отношении получения защищаемых сведений личного характера с целью дальнейшего их неправомерного использования [21, 23, 24].

Как следствие существования актуальных угроз персональным данным граждан при пользовании ими сервисов сети Интернет [22] в статусе участника процесса предпринимательской деятельности посредством данных сервисов, в том числе и электронной коммерции, является наличие ситуаций, негативно отражающихся на морально-психологическом климате и материальном состоянии общества, в целом, и его граждан, в частности. К примеру, осуществление деятельности, которой можно, на наш взгляд, присвоить статус «неэтичной», несмотря на то, что ее сложно отнести к разряду неправомерной [1, 4, 26].

Основным негативным моментом, который в этой связи мы выделяем, является деятельность юридических и физических лиц по сбору, систематизации, хранению и предоставлению на возмездной основе персональных данных граждан – пользователей ресурсов сети Интернет, полученных из общедоступных

источников. Главная причина раскрытия (опубликования) владельцами своих конфиденциальных сведений личного характера в таких источниках заключена в недостаточной правовой грамотности и отсутствием или недостаточным обладанием знанием в области информатизации и/или информационных технологий [21, 22, 24, 25]. Важно подчеркнуть, что зафиксированы случаи, когда на защиту интересов своих клиентов встают операторы персональных данных и пытаются в правовом поле доказать неправомерность деятельности по нелегитимному сбору и обработке персональных данных клиентов [3]. Но такие действия, по мнению автора, можно оценить как малоэффективные, так как они не решают главную проблему – непосредственную защиту сведений персонального характера граждан.

Логичным продолжением развития электронной коммерции в частности, и цифровой экономики, в целом, мы считаем развитие платежных систем (в том числе и национальной платежной системы) в России, в настоящее время услуги которых конечному потребителю доступны, в том числе, через сервисы сети Интернет, включая специализированное программное обеспечение (приложения), а также автоматические платежные и банковские терминалы.

Используемая автором терминология поднятого вопроса, взята из действующего законодательства в области функционирования платежных систем [11, 12].

Изучив подробнее этапы предоставления такого вида услуг на современном рынке, мы считаем, что данному виду деятельности присущи те же проблемные вопросы защиты сведений персонального характера, что и деятельности, оказываемой населению ломбардами и микрофинансовыми организациями [24]. В

том числе, к ним относятся вопросы добросовестной и достоверной идентификации граждан при пользовании ими услугами таких организаций с целью облегчения реализации положений законодательства России в области противодействия легализации «теневых» доходов и финансирования террористической деятельности [14].

В соответствии с упомянутыми нормативно-правовыми актами основными структурными элементами, на основании функционирования которых можно говорить о существовании платежной системы, являются: операционный центр, клиринговый центр и расчетный центр [12]. Владелец (организатор) данных структурных элементов системы определяет общие принципы взаимодействия данной платежной системы с другими системами, представленными в едином информационном пространстве банковской сферы, которые в большей части определенным образом стандартизованы. Во внутренней структуре платежной системы данные принципы имеют некую вариативность и, в первую очередь, ограничены существующим законодательством, требования которого обязательны при интеграции платежной системы в единую банковскую структуру. Для функционирования по назначению владелец назначает (определяет) оператора платежной системы, на которого, в том числе, возложены функции по определению правил функционирования данной системы, по взаимодействию с другими участниками единого информационного пространства банковской сферы, а также по взаимодействию с платежными агентами (в том числе банковскими). К последним относятся, согласно действующему законодательству, операторы по приему платежей и платежные субагенты.

Следует отметить, что именно платежные агенты, а еще в большей части платежные субагенты, являются «слабым звеном» в реализации системы противодействия легализации «теневых» доходов и финансирования террористической деятельности, а в современных условиях развития цифровой экономики в связи с ростом их количества, данная проблема будет только набирать обороты и усугубляться. Главным инструментом указанной системы противодействия является законодательный запрет платежными субагентами осуществлять платежи, для которых предписано проводить идентификацию граждан [11].

По аналогии с существующими в настоящее время вариантами реализации системы идентификации пользователей услуг, предлагаемых ломбардами и микрофинансовыми организациями [24], а также в соответствии с современными тенденциями формирования и развития цифровой экономики [5] для идентификации граждан при использовании сервисов платежных систем автор предлагает следующее:

во-первых, ужесточить контроль в области идентификации потребителей услуг, предоставляемых посредством электронной коммерции, а также пользователей платежных систем, при этом идентификацию целесообразно проводить, используя средства электронной цифровой подписи [18];

во-вторых, в связи с существующим проектом создания единой базы биометрических данных граждан – пользователей услуг банковской сферы [2], на наш взгляд, имеющим большой потенциал для его реализации, – на законодательном уровне предусмотреть возможность использования в составе средств электронной цифровой подписи конструктивных элементов, позволяющих

производить «считывание» биометрических данных владельца, таких как: «отпечаток» пальца, рисунок сетчатки глаза и т.п.^[1];

в-третьих, после исследований практического взаимодействия системы идентификации, созданной при помощи средств электронной цифровой подписи с конструктивно заложенной возможностью обработки биометрических данных владельца, в акты, регулирующие использование данных средств, внести изменения, касающиеся ужесточения в области их применения в сторону их обязательного (принудительного) использования всеми участниками отношений платежной системы;

в-четвертых, предусмотреть в законодательных актах пункты, предписывающие использование каналов связи, соответствующих действующему законодательству в области защиты конфиденциальной информации, в том числе и использовании средств криптографической защиты информации, в интересах удаленных клиентов системы (платежных терминалов, банкоматов, удаленных офисов операторов по приему платежей и т.п.);

в-пятых, разработку, внедрение и техническую поддержку средств и систем, используемых при идентификации и аутентификации субъектов защиты персональных (биометрических) данных осуществлять силами специализированных организаций, имеющих лицензию на осуществление деятельности в области защиты конфиденциальной информации (персональных данных); при этом предусмотреть тот факт, что в настоящее время идентификация граждан при получении ими услуг от платежных агентов и субагентов, а также использования ими автоматических платежных терминалов не предусматривается;

По нашему мнению, в результате реализации указанных рекомендаций будет создана ситуация, при которой выполнение положений регулирующих нормативных актов в области противодействия легализации доходов, полученных преступным путем и финансирования террористической деятельности, будет осуществляться более эффективно за счет исключения субъективизма при проведении идентификации граждан и максимальной прозрачности, проводимых ими операций, для министерств и ведомств, заинтересованных и участвующих в контроле данной деятельности.

При непосредственной поддержке и последующем контроле со стороны государственных структур и институтов реализация предлагаемых направлений развития деятельности в областях электронной коммерции и использования платежных систем позволит значительно расширить рынок сбыта продукции, услуг и их комплексов в области защиты конфиденциальной информации, в том числе и персональных данных. Не останется и без должного внимания научная деятельность по разработке новых и модернизации уже существующих средств защиты персональных данных. Вместе с этим и производственная деятельность организаций, задействованных в научно-производственном секторе средств защиты информации и специального программного обеспечения, получит необходимую поддержку и реальный стимул. Все это, по нашему мнению, позволит разработать, испытать и внедрить отечественные разработки в области технической защиты конфиденциальной информации на всех уровнях использования средств защиты, что, учитывая тенденцию импортозамещения во всех сферах жизнедеятельности, является актуальным вопросом.

Таким образом, предложенные решения проблемы добросовестной идентификации граждан со стороны участников отношений при получении ими услуг, предоставляемых существующими платежными системами и предпринимателями, осуществляющими свою деятельность посредством электронной коммерции, а также пользования услугами ломбардов, микрофинансовых организаций [24], нотариальных контор [20], окажут положительное влияние на развитие предпринимательства в области оказания услуг по защите конфиденциальной информации (персональных данных), что является актуальным в современных условиях формирования и развития цифровой экономики в России. Степень данного влияния, на наш взгляд, будет иметь существенное значение в таких областях, как:

— во-первых, это сфера научной деятельности по разработке новых средств защиты, модернизации уже существующих, и в целом, сфера производственной деятельности организаций, задействованных в научно-производственном секторе средств защиты информации и специального программного обеспечения, плодотворная деятельность которого значительно расширит перечень представленной на рынке услуг по защите персональных данных специальной продукции и технологий, что даст дополнительный импульс (стимул) рынку и его участникам к их дальнейшему развитию и, как следствие, приведет к росту здоровой конкуренции;

— во-вторых, это деятельность, связанная с импортозамещением иностранных продуктов и технологий, задействованных в процессе создания систем защиты конфиденциальной информации (персональных данных), что несомненно положительно скажется, как на развитии производственной отрасли рынка услуг по

защите информации (и как следствие на всей отрасли рынка данных услуг), так и на повышении степени защищенности персональных данных граждан от их неправомерного использования, доступ к которым можно получить вследствие несанкционированного доступа злоумышленниками за счет возможно внедренных программных и аппаратных закладок иностранными производителями;

— в-третьих, это сфера услуг по предоставлению права использования электронной цифровой подписи, в том числе личной цифровой подписи граждан на основе передовых технологий и при этом отечественного производства, положительное влияние на которую будет осуществлено за счет бурного развития системы (сети) взаимоувязанных удостоверяющих центров, как государственной принадлежности (например, в качестве головного (корневого) удостоверяющего центра в данной системе можно предложить использовать ресурсы единой системы идентификации и аутентификации – ЕСИА), так и частной (частно-государственной) принадлежности (при этом в качестве того же головного (корневого) удостоверяющего центра также возможно использование ресурсов ЕСИА, что позволит осуществить финансовую «разгрузку» малого и среднего предпринимательства в данной области оказания услуг, оставив им только область предоставления доступа (регистрация, поддержка, предоставление специальной продукции) к данной системе на основании действующих лицензий, то есть предусмотреть лицензирование деятельности в данной области);

— в-четвертых, это сфера обеспечения (повышения уровня) «прозрачности» денежного оборота и других финансово-хозяйственных отношений между субъектами экономической системы России, в частности, ее части, охватывающей деятельность упомянутых в работе автором некредитных организаций, а также

отдельных граждан; данные изменения также позволят усилить налоговый контроль над деятельностью граждан, а также в значительной степени предупредить неправомерные действия по легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию террористической деятельности;

— в-пятых, это социальная сфера современного общества, положительное влияние на которую, в целом, и на отдельные ее индивидуумы, в частности, заключается в повышении комфортности пользования существующими ресурсами, обусловленных существованием информационного общества, а также собственной финансовой безопасности при использовании субъектами отношений представленных услуг; важную роль при этом играет и улучшение морально-психологического состояния общества и отдельных граждан; все это в совокупности, воздействуя как единый фактор, по мнению автора, приведет к росту активности субъектов информационного общества в потреблении услуг рынка, действующего в условиях, когда информация является обособленным продуктом, а ее сохранность (защита) выходит на первый план (что окажет обратное положительное влияние на существующий рынок по оказанию услуг по защите конфиденциальной информации).

В то же время успешное развитие данных сфер деятельности современного информационного общества в совокупности с принятой руководством страны концепцией развития цифровой экономики, положительно скажется и на развитии предпринимательства в области оказания услуг по защите конфиденциальной информации (персональных данных), в частности, и защиты информации, в целом.

[1] В настоящее время идет работа по внедрению использования биометрических данных граждан для их идентификации для подтверждения

личности при предоставлении им услуг, связанных с финансовой деятельностью организаций, как то: идентификация по параметрам лицевой области человека при пользовании им услуг автоматических банковских терминалов [2]; идентификация по «рисунку» ладони при пользовании сервисов питания школьников муниципальных образовательных учреждений [17], идентификация по «отпечатку» пальца и рисунку сетчатки глаза для доступа к услугам некоторых банков, — в то же время данные направления деятельности объединяет одно — это необходимость создания структурами — «владельцами» услуг систем защиты биометрических данных граждан, относящихся к их особо охраняемым персональным данным в соответствии с действующим законодательством, что не решает рассматриваемой автором проблемы, а полностью зависит только от добросовестности финансовых структур и пользователей их услуг.

Библиографический список

1. Apple, Google Collect User Data («Apple и Google собирают информацию о пользователях») // The Wall Street Journal, April 22, 2011 : [Электронный ресурс] : URL: 1. <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703983704576277101723453610>, 2. <http://www.inopressa.ru/article/22apr2011/wsj/google.html> (Дата обращения: 20.11.2016 г.).

2. Банки в РФ намерены создать единую базу биометрических данных клиентов : [Электронный ресурс] : URL : <http://www.securitylab.ru/news/485090.php/> (Дата обращения: 20.02.2017 г.).

3. Буланов К. «ВКонтакте» подала в суд на компании, собирающие данные для банков из профилей в соцсети : [Электронный ресурс] : URL : http://www.rbc.ru/technology_and_media/31/01/2017/58901c239a7947304d9de73e

(Дата обращения: 16.07.2017 г.).

4. Волкомурова А. Эксперты: Uber следит за клиентами после завершения поездки // Planet Today, Декабрь 4, 2016 : [Электронный ресурс] : URL : <http://planet-today.ru/novosti/tekhnologii/item/58553-eksperty-uber-sledit-za-klientami-posle-zaversheniya-poezdki> (Дата обращения: 16.07.2017 г.).

5. Глава ВТБ24 призвал отказаться от архаики при идентификации клиентов банков // Информационное агенство REGNUM : [Электронный ресурс] : URL : <https://regnum.ru/news/2301088.html> (Дата обращения: 16.07.2017 г.).

6. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации : указ Президента Российской Федерации от 05 декабря 2016 г. № 646 // Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru) от 06 декабря 2016 г. (№0001201612060002).

7. Замахина Т. Цифры и факты // Российская газета (вып. № 7315) – 2017 г. – 09 июля : [Электронный ресурс] : URL : <https://rg.ru/2017/07/09/reg-urfo/putin-rasskazal-o-znachenii-peredovyh-tehnologij-dlia-razvitiia-rossii.html> (Дата обращения: 16.07.2017 г.).

8. Концепция правовой информатизации России: указ Президента Российской Федерации от 28.06.1993 № 966 // Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации от 1993 г., № 27 , ст. 2521.

9. Латухина К. Цифра и факты // Специальный проект rg.ru Петербургский Международный Экономический Форум 2017 – 04 июня 2017 г. : [Электронный ресурс] : URL : <https://rg.ru/2017/06/04/reg-szfo/vladimir-putin-vnedrit-cifrovyie-tehnologii-vo-vse-sfery-zhizni.html> (Дата обращения 16.07.2017).

10. Латухина К. Путин поручил заняться цифровой экономикой // Специальный проект rg.ru Петербургский Международный Экономический Форум

2017 – 15 июня 2017 г. : [Электронный ресурс] : URL : <https://rg.ru/2017/06/15/putin-poruchil-zaniatsia-cifrovoj-ekonomikoj.html> (Дата обращения 16.07.2017).

11. О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами : ФЗ Российской Федерации от 03 июня 2009 № 103-ФЗ г. // Собрание законодательства Российской Федерации от 2009 г., № 23, ст. 2758.

12. О национальной платежной системе : ФЗ Российской Федерации от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ: // Собрание законодательства Российской Федерации от 2011 г., № 27, ст. 3872.

13. О персональных данных : ФЗ Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 2006 г. , № 31, ст. 3451 (Часть I).

14. О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем : ФЗ Российской Федерации от 07 августа 2001 г. № 115-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 2001 г. , № 33, ст. 3418 (Часть I).

15. О федеральной целевой программе «Электронная Россия (2002-2010 годы) : постановление Правительства Российской Федерации от 28.01.2002 № 65 // Собрание законодательства Российской Федерации от 2002 г. , № 5 , ст. 531.

16. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : ФЗ Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ: // Собрание законодательства Российской Федерации от 2006 г., № 31, ст. 3448 (Часть I).

17. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 годы) : постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 313 // Собрание законодательства Российской Федерации от 2014 г. , № 18 , ст. 2159 (Часть II).

18. Об электронной подписи : ФЗ Российской Федерации от 06 апреля 2011 г. № 1-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 2011 г., № 15, ст. 2036.

19. Особенности инновационного сервиса «Ладощки» : [Электронный ресурс] : URL : <http://my-sberonline.ru/60-osobennosti-innovacionnogo-servisa-ladoshki-ot-sberbanka.html> (Дата обращения: 16.07.2017 г.).

20. Самостроев Г.М., Сулима Е.П. «Цифровое» наследство как фактор развития предпринимательства в области защиты персональных данных. Среднерусский Вестник – 2017. – № 1. – с. 271-278.

21. Самостроев Г.М., Сулима Е.П. Условия развития предпринимательской деятельности в области защиты персональных данных. Успехи современной науки. – 2017. – № 3. – Том 4. – с. 129-138.

22. Сулима Е.П. Государственное регулирование сферы защиты персональных данных граждан при использовании ими сервисов сети «Интернет». Экономика и предпринимательство. – 2011. - № 11. - Часть 2. – с. 1151-1156.

23. Сулима Е.П. Информационные технологии и интеллектуальные системы как драйверы экономики предпринимательства России. Новая экономика: институты, инструменты, тренды. Материалы международной научно-практической конференции г. Орел. – 2017. – с. 351-356.

24. Сулима Е.П. Развитие предпринимательства в сфере оказания услуг по защите персональных данных как следствие государственного регулирования профессиональной деятельности ломбардов и микрофинансовых организаций. Научные труды SWorld. – 2017. - № 45. – Том 4. – с. 55-64.

25. Сулима Е.П. Факторы, влияющие на рынок услуг и предпринимательство в области защиты персональных данных. Science: discoveries and progress.

Proceedings of articles the international scientific conference Czech Republic, Karlovy Vary - Russia, Moscow. – 2016. – с. 77-86.

26. Шадрина Т. Попались в Сети // Российская газета (вып. № 7121) – 2016 г. – 08 ноября: URL: <https://rg.ru/2016/11/08/lichnye-internet-dannye-rossiian-nachali-massovo-prodavati-za-granicu.html>.

Электронное научное издание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

№ 7/2017

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2542-0208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 8,1. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний Новгород, ул. Бекетова 53.